Министерство образования и науки Российской Федерации
Оренбургский филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

ЭКОНОМИКИ

В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Сборник научных трудов

Научно-инновационный центр
Красноярск
2017

**Министерство образования и науки Российской Федерации
Оренбургский филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**IX Международная студенческая научно-практическая конференция,
посвященная 110-летию РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Оренбург, февраль, 2017 г.)**

Сборник научных трудов

**Научно-инновационный центр
Красноярск, 2017**

УДК 339.56
ББК 65.428
А43

Ответственный редактор:

Ю.Г. Мишучкова, к.э.н., доцент

Редакционная коллегия:

О.С. Лазарева, к.э.н., доцент; О.Н. Черникова, к.э.н., доцент;
В.А. Трипкош, к.т.н. доцент; Л.В. Золотова, к.э.н., доцент.

А43 Актуальные проблемы и перспективы развития экономики в современных условиях [Электронный ресурс] : сборник научных трудов IX Международной студенческой научно-практической конференции, посвященной 110-летию РЭУ им. Г.В. Плеханова (Оренбург, февраль, 2017 г.); Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова. – Электрон. текстовые дан. (1 файл: 11 МБ). – Красноярск: Научно-инновационный центр, 2017. – Режим доступа: <http://nkras.ru/books/arhiv/2017/stud.pdf> – DOI: [10.12731/REA/AP.2017.454](https://doi.org/10.12731/REA/AP.2017.454) – Систем. требования: IBM PC; Internet Explorer и др.; Acrobat Reader 3.0 или старше.

ISBN 978-5-906314-63-5

DOI: [10.12731/REA/AP.2017.454](https://doi.org/10.12731/REA/AP.2017.454)

Электронный сборник научных трудов содержит материалы IX Международной студенческой научно-практической конференции, проведенной в феврале 2017 года в Оренбургском филиале РЭУ им. Г.В. Плеханова. Освещены актуальные проблемы экономической деятельности в России и за рубежом.

Сборник рассчитан на научных и практических работников, преподавателей высших учебных заведений, аспирантов, магистрантов и студентов.

Издано в авторской редакции

ББК 65.428
УДК 339.56

ISBN 978-5906314-63-5

© Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В.Плеханова, 2017

Содержание

Секция 1

Проблемы и перспективы деятельности хозяйствующих субъектов потребительского рынка	8
А.В. Кужман	
Элементы денег при пользовании бонусами	8
Е.В. Семенова	
Теневая экономика в российском реальном секторе	12
А.А. Шумейко	
Тенденции и закономерности развития российского рынка труда на основе статистических данных	17
А.В. Спиренкова	
Особенности отражения учета аренды в российской и международной практике	25
В.А. Левченко	
Основные аспекты учета и аудита поступления и продажи товаров в торговле	34
К.А. Алкамян	
Правовое обеспечение деятельности муниципальных органов в сфере сервисной деятельности	45
Л.Ф. Мухарамова	
Проблемы правового регулирования реорганизации юридического лица	49
Д.А. Еркебаева	
Реализация стратегических программ государства в сфере занятости населения в Республике Казахстан	53
Е.А. Демиденко	
Основные проблемы регулирования трудовых отношений	61
А.Б. Литвиновская	
Глобализация бизнеса	68
С.В. Горбунов	
Деятельность органов местного самоуправления в сфере дорожного строительства	75
И.Н. Чекменева	
Российский рынок продовольственных товаров	78
В.А. Поворова	
Деятельность органов местного самоуправления в сфере торговли ...	83
А.А. Шумейко	
Тенденции развития демографических процессов в РФ	87
Д.А. Воякина	
Достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности и проблема ее понимания аудитором	93

В.А. Легошко	
Понятия, сущность рисков на предприятии и их влияние на экономическую ситуацию	96
М.М. Варавва	
Специфика применения инструментов брендинга на российском рынке автомобилей премиум-класса	102
Ю.Н. Агафонова	
Основные перспективы инновационного развития Оренбургского Облпотребсоюза	109
В.В. Пахарь	
Нормативно-законодательные основы трудового воспитания обучающихся в современном образовательном процессе	114
А.В. Кужман	
Мировой рынок мобильных телефонов	119
О.А. Чигак	
Деятельность органов местного самоуправления в сфере дошкольного образования	126
В.А. Симоненко	
Сравнительный анализ требований к учету и отражению расчетов с дебиторами и кредиторами в МСФО и российских положений по бухгалтерскому учету	130
М.А. Наследова	
Сравнение Российских стандартов аудиторской деятельности и Международных стандартов аудита	138
К.А. Осипова	
Современное состояние мирового туризма	142
М.В. Краснова	
Правовое регулирование корпоративного управления	149
Н.М. Гарнова	
Концептуальные подходы к составлению бухгалтерской отчетности по Российским и Международным стандартам	155
А.В. Спиренкова	
Контроль кибербезопасности в экономической сфере Российской Федерации	159
Секция 2	
Теория и практика финансов и банковского дела на современном этапе	166
Т.С. Шермецинский	
Плюсы и минусы организационно-правовых форм хозяйствования инвестиционных проектов	166
А.Д. Лазарев	
Методы оценки проектов капитальных вложений	170
И.В. Бурматова	
Оценка инвестиционной привлекательности проекта на примере частно-	

го детского сада	176
Вергунова А.В.	
Анализ динамики и структуры внешнего долга Российской Федерации	180
М.В. Кажаяева, М.К. Набизаде	
Анализ государственного долга на субфедеральном уровне	186
С.В. Солярик	
Анализ структуры и динамики государственного внутреннего долга Российской Федерации	193
Е.А. Степанова, Н.М. Новиченко	
Состояние и перспективы развития рынка страховых услуг в Оренбургской области	199
Т.С. Подольских	
Финансовый мониторинг как вид финансового контроля	207
М.В. Кажаяева	
Анализ депозитных операций кредитных организаций в России	213
А.В. Вергунова	
Потребительское кредитование в современной России	218
Е.К. Пахарь	
Современные проблемы трансформации сбережений населения во вклады банков в России	221
А.В. Тлеува	
Современные вызовы и тренды развития банковской системы	225
Э.Р. Шакирова	
Современные способы кредитования физических лиц	232
М.К. Набизаде	
Анализ финансовой устойчивости предприятия (на примере ПАО «Оренбургский хлебокомбинат»	238
С.В. Солярик	
Анализ финансового состояния ПАО «Совкомбанк»	245
Е.В. Бардашова	
Структура и динамика расходов Фонда социального страхования РФ ..	250
Секция 3	
Актуальные вопросы управления коммерческой деятельностью предприятий	255
Н.А. Игнатьева	
Управление неформальными группами в современной организации ...	255
Е.Н. Черникова	
Эффективные рабочие команды в организации	264
А.А. Манохова	
Средства маркетинга в управлении ассортиментом товаров на розничном торговом предприятии	272
Ю.С. Ромащенко	
Организация закупочной деятельности на оптовом предприятии торговли	277

Н.С. Поддымова	
О методах оценки качества торгового обслуживания в магазинах	284
Д.А. Воякина	
Международные санкции и ответные санкции Российской Федерации: масштабы их влияния и экономические последствия	288
В.А. Королева, Е.А. Королева	
Содержание, структура и алгоритм оценки работы сайта интернет-магазина	303
А.А. Манохова	
Средства маркетинга в управлении ассортиментом товаров на розничном торговом предприятии	316
О.С. Горшенина	
Оценка уровня соответствия фактически оказываемых торговых услуг стандартным требованиям	322
Ю.Н. Непрокина	
Значение PR для промышленных предприятий	327
Е.А. Недина	
Мотивационная модель современной системы управления человеческими ресурсами	333
Секция 4	
Социальные, гуманитарные и естественнонаучные основы экономической деятельности	341
Д.А. Елистратова	
Анализ работы торгового предприятия как системы массового обслуживания на примере магазина «Магнит Косметик»	341
К.Д. Кобахидзе	
От решения к результатам: автоматизация распределительных складов торговой сети «Ринг»	347
Т.А. Крапивина, В.В. Федосова	
Прямые ЧМП как средство исследования области допустимых решений при формировании структуры инвестиционного портфеля	352
М.А. Масальская, М.А. Горбунова	
Поиск наилучшего проекта для инвестиций на базе сравнения бизнес-планов методом ELECTREI	358
А.А. Полянских, М.Р. Шарафлисламова	
Выбор варианта инвестиций с помощью метода анализа иерархий ...	365
А.А. Мантрова	
Развитие национальной системы платежных карт в России	371
Е.А. Тыщенко	
К вопросу об автоматизации управления процессом получения покрытий промышленной продукции на основе нанотехнологий	376
С.А. Логачев	
Актуальность разработки интеллектуальных средств мониторинга экологического состояния промышленных объектов	382

Д.Ю. Панфилов	
Применение экспертных систем в экономике	385
А.А. Манохова	
Лингвистический статус рекламного текста	389
Н.С. Поддымова, Е.В. Прокудина	
Речевой этикет в контексте взаимодействия языков и культур	395
О.С. Горшенина, Е.Н. Клемешова	
Невербальные аспекты межкультурного взаимодействия	400
Е.Н. Токарев	
Проблемы изучения мемориальных досок Оренбурга	406
Л.Ф. Мухарамова	
Социальное самочувствие студентов вузов Оренбургской области (по результатам социологического исследования)	414
Е.С. Храпова	
Тексты песен как материал для изучения английского языка	419
А.С. Шермецинский	
ГТО как основа физкультурно-массовой работы в вузе	423
М.А. Горбунова, М.А. Масальская	
Поиск наилучшего проекта для инвестиций на базе сравнения бизнес-планов методом ELECTREI	428
А.Т. Бураншеева, С.В. Федоров	
Обоснование разработки программного средства	434
В.В. Пахарь	
Нормативно-законодательные основы трудового воспитания обучающихся в современном образовательном процессе	439
В.В. Панферов	
История развития геоинформационных систем и их базовые возможности	444
В.Г. Докучаева	
Цели и задачи межкультурной деловой коммуникации в современных условиях	449

Секция 1

Проблемы и перспективы развития деятельности хозяйствующих субъектов потребительского рынка

Элементы денег при пользовании бонусами

А. В. Кужман, студент

Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Научный руководитель – А. В. Пилипенко, старший преподаватель

Аннотация. В данной статье речь идет о таком финансовом инструменте как "бонус", рассмотрены примеры бонусных системах, а так же проведено сравнение бонусов и денег.

Ключевые слова: бонус, бонусная система, квазиденьги, мили, "cash back".

Abstract. In this article it is about such financial instrument as "bonus", examples bonus systems are reviewed, and comparison of bonuses and money is carried also out.

Keywords: bonus, bonus system, quasi money, miles, "cash back".

Система оплаты вместе с самой экономикой претерпевает различные изменения со временем, становясь все более и более усовершенствованной. Различные магазины, авиакомпании, заправки и даже банки и системы оплаты счетов за ЖКХ внедряют в свою систему оплаты бонусы.

Идеи о бонусной программе зародились еще в начале 1980-х годов в США. Авиакомпания American Airlines разработала проект поддержки своих постоянных клиентов. Суть его заключалась в том, что, в отличие от других авиакомпаний, предлагающих постоянным клиентам скидку на билеты, American Airlines начисляли бонусы за каждую милю маршрута на персональный счет. Накопив определенное количество баллов, которые получили названия "мили", клиент мог бесплатно приобрести равный по расстоянию накопленным "милям" авиабилет.

В наше время подобная система применяется очень широко, то подход к накоплению баллов несколько другой. Данная система пришла на смену дисконту, то есть картам со скидками, которые не всегда являются достаточным стимулом лояльности клиента. Бонусные же карты, напротив, стимулирует возвращение клиента тем, что бонусы, по сути, являются "отложенной" скидкой, которую можно реализовать при следующей покупке которая возможно станет больше.

Система представляет собой следующее: за некоторое количество потраченных рублей, клиент получает определенное количество бонусов, которые накапливаются с каждой следующей покупкой, так называемая «накопи-

тельная система скидок». Это основной принцип действия этой системы, но везде она используется по-разному.

Таким образом, "бонус" - своеобразный маркетинговый ход, премия за покупку товара, уплачиваемая покупателю.

Современный экономический словарь 1999 года дает свою трактовку.

Бонус (от лат. bonus - добрый, хороший), означает:

1) дополнительное вознаграждение, поощрение, надбавка к выплате, премия;

2) дополнительная скидка со стоимости (цены) товара, предоставляемая продавцом в соответствии с условиями договора о купле-продаже или постоянным покупателям.

Соответственно "бонусная программа" - это один из способов поощрения клиентов и покупателей. Рассмотрим несколько примеров использования бонусной системы в России.

В магазине спортивных товаров "Спортмастер" имеется возможность вступить в бонусную систему, путем регистрации в клубной программе и получении Клубной карты. Один балл равен одному рублю и баллы зачисляются с каждой покупки. Имеется три уровня карт - Синяя, Серебряная и Золотая, для получения каждой из которых нужно приобрести товар на определенную сумму, которая увеличивается вместе с уровнем карты. Например, для того, чтобы получить Синюю карту достаточно совершить покупку на сумму от одной до пятнадцати тысяч рублей. Каждая карта имеет свои привилегии, будь это резервирование товара, возврат определенного процента стоимости товара через бонусы, срок обмена товара и так далее. Но вот что вызывает интерес - при всем при том, что 1 бонус = 1 руб. на Синюю карту начисляются 50 баллов за каждую 1000 руб. со стоимости покупки, то есть, чтобы получить на карту 50 бонусов нужно потратить одну тысячу рублей. Таким образом, при совершении такого рода покупки мы имеем на карте 50 бонусов, или своеобразный аналог 50 рублей, которые мы можем потратить на цели, определенные бонусной программой. «Загвоздка» состоит в том, что товаров на такую сумму в магазине попросту нет или они могут не представлять особой важности (носки, энергетические батончики), но мы можем копить бонусы дальше, что стимулирует нас прийти в магазин снова. К тому же и сами бонусы можно использовать только при покупке на определенную сумму, кассир ее озвучивает, если вдруг стоимость выбранного товара ниже. И тут наступает тот момент, когда в погоне за скидкой люди покупают не нужные им вещи, которые предлагаются на кассе - носки, батончики, кружки, грелки для рук и ног и прочее, что, кстати говоря, стоит не слишком дешево.

Стоит заметить и такой момент - эти бонусы являются «сгораемыми», то есть нам дается ограниченное время для того, чтобы их потратить. В целом, данная система бонусов выгодна, и исходя из цен на товары и ассортимента подходит данному магазину, хотя больший эффект для покупателя от этой системы будет при совершении крупных покупок.

Автозаправочная станция "ЛУКОЙЛ" использует похожую систему поощрения клиентов. Так же необходимо завести клубную карту, которую можно получить прямо на кассе АЗС, заполнив анкету, либо зарегистрировавшись на официальном сайте. Бонусы начисляются за каждые 50 руб., потраченных на покупку товара, то есть, топлива. Как и в бонусной системе магазина "Спортмастер", 1 бонус = 1руб. Накапливая баллы, можно совершить покупку со скидкой до 100%. Но это лишь часть всей системы поощрения клиентов.

Помимо клубных карт, АЗС "ЛУКОЙЛ" в сотрудничестве с банком "Открытие", предлагает частным клиентам карты «ЛУКОЙЛ-Открытие-MasterCard». Карта так же дает скидку согласно накопленным бонусам, но несколько в ином формате. Во-первых, за оформление такой карты нужно заплатить. Бесплатно она не делается. Во-вторых, данной картой можно расплачиваться не только на данной АЗС фирмы, но и на других АЗС, а также в любых магазинах, где принимается данная карта, кроме того, можно оплачивать коммунальные платежи, сотовой и стационарной связи, платное ТВ. Таким образом, данная карта помогает набрать гораздо больше бонусов, нежели клубная, и сэкономить на оплате топлива, что в нынешних условиях и ценах на бензин в нашей стране придется очень даже кстати большинству автолюбителей.

Как отмечалось ранее, бонусная программа предусмотрена и в банках. Рассмотрим ее суть на примере ПАО "СБЕРБАНКА".

В ПАО "СБЕРБАНКЕ" есть программа под названием "спасибо", то есть за совершенные покупки по карте данного банка на эту же карту начисляется определенное количество бонусов. Этими бонусами клиент может расплачиваться, как это названо в описании программы, на торговых точках предприятий-партнеров.

Помимо такой системы поощрения, существуют и другие. Так, в АО "БАНК ОРЕНБУРГ" для сотрудников банка действует система "cash back". То есть, при оплате покупок зарплатой картой в течение месяца сотрудникам возвращается 0,5% от стоимости каждой покупки. Данная система носит закрытый характер, относится к поощрению и действует только на зарплатных картах сотрудников банка.

Если рассмотреть бонусные программы на уровне макроэкономики, то можно заметить, то они бонусы - отчасти выполняют роль денег.

Бонусы, "подкашивают" положение банкнот и монет, привлекая людей к безналичным деньгам. Проще носить с собой карточку с деньгами, нежели тяжелый кошелек с деньгами. да и не думать о сдаче - спишется при расчете ровно та сумма, на которую совершается покупка, да и, к тому же, начисляется бонусы.

Рассматривая деньги через призму экономических наук, следует вспомнить классические функции, которые деньги выполняют в процессе товарного оборота, и в общих чертах попытаться увидеть их при пользовании "бонусами":

- функция средства обращения - в рамках "бонусных программ" начисляемые "бонусы" могут быть разменяны на товар, который определяет эмитент согласно условиям его "бонусной программы". Товары, на которые обмениваются "бонусы", могут быть других производителей, но только если между эмитентом "бонусов" и производителем заключено соглашение. Однако пока нет таких масштабов использования "бонусов", которые смогли бы безоговорочно выполнять данную функцию;

- функция меры стоимости - "Бонусная программа" каждого отдельно взятого эмитента отличается от любой другой "бонусной программы". Здесь нет централизованного эмитента, значит, нет и единого "бонуса", равного для всех других товаров. "Бонусы", начисленные эмитентом за выполнение условий программы, никак не могут измерить стоимость всех других товаров в силу их ограниченного обращения;

- функция средства накопления - "Бонусы" можно использовать в качестве сбережений, а затем реализовать их в будущем. Однако имеется риск, так как организации в одностороннем порядке могут менять условия "бонусных программ", что может невыгодно сказаться на их держателях. Помимо прочего, в случае неудовлетворительного финансового состояния, а при худшем сценарии - банкротства организации "бонусы" обесценятся;

- функция средства платежа - осуществлять платежи "бонусами" невозможно в силу их неустановленной платежной силы. Если быть точнее, то осуществлять платежи "бонусами" можно, но в пределах конкретного предприятия. банка или любой другой организации, которая эти бонусы начисляет.

Особое внимание следует обратить на функцию средства обращения - так как бонусная программа каждого предприятия разрабатывается и осуществляется непосредственно на «его территории», к тому же эти программы уникальны.

Приведенные сравнения показывают, что экономический подход, спроецированный на "бонусы", не позволяет сделать вывод о природе "бонусов" как равной деньгам, хотя и обладают некоторыми их элементами. По крайней мере до тех пор, пока "бонусы" не будут распространены в таком масштабе, как деньги.

Литература

1. Власов А.В. *Электронные деньги и эволюционная теория происхождения денег* // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2012. N 12 (31). С. 14.
2. Тарасов В.И. *Деньги, кредит, банки: Учебное пособие*. Минск: Мисанта, 2013.
3. *Внутрифирменное планирование в период кризиса: возможности для дальнейшего развития* // Пилипенко А.В., Лазарева О.С. *European Journal of Economics and Management Sciences*. 2016. № 2. С. 66-69.

Издательство: "East West" Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH (Вена)

4. Актуальные проблемы внутрифирменного планирования // Пилипенко А.В., Лазарева О.С. Символ науки. 2016. № 4-1. С. 171-176. Общество с ограниченной ответственностью "ОМЕГА САЙНС" (Уфа)

Теневая экономика в российском реальном секторе

*Е.В. Семенова, студент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель – А.А. Уваров, к.т.н., доцент*

Аннотация. Статья посвящена проблемам теневой экономики, причинам ее существования в современном обществе. В статье рассматривается сущность теневой экономики, характеризуются ее типы. Предложены некоторые пути воздействия на теневую экономику с целью ее снижения и предотвращения.

Ключевые слова: теневая экономика, структура теневой экономики, причины теневой деятельности, методы борьбы с теневой экономикой.

Abstract. The article is sanctified to the problems of shadow economy, reasons of her existence in modern society. Essence of shadow economy are examined in the article, her types are characterized. The paper also suggests some ways to influence the grey economy towards its reduction and prevention.

Keywords: shadow economy, the structure of the shadow economy, causes of shadow activity, methods of combating the shadow economy

Проблема теневой экономики, охватывает все сферы жизнедеятельности общества. Удельный вес и влияние теневого сектора в экономике приблизились к той черте, за которой вероятна утрата обществом контроля за направленностью социально-экономических и политических процессов.

Эта тема интересна, прежде всего, с точки зрения всего влияния на протекание большинства обычных, нормальных, экономических явлений процессов: формирование и распределение дохода, торговли, инвестирования и экономического роста в целом. Это влияние теневых отношений в России настолько велико, что представляет опасность для экономической безопасности. Все это приводит к выводу о необходимости анализа теневой экономики.

Теневая экономика — деятельность субъектов хозяйствования, которая развивается вне государственного учета и контроля.

Теневая экономика как явление возникла с древних времен и «успешно» функционирует по настоящее время. Согласно, общепринятому пониманию, теневая экономика использует те же ресурсы и рынки, что и легальная, но все это происходит «вне поля зрения» государства. [3]

Это сложное социально-экономическое явление, охватывающее всю систему общественно-экономических отношений, и прежде всего — неконтролируемый обществом сектор воспроизводства, где производство, распределение, обмен и потребление экономических благ и предпринимательских способностей скрываются от органов государственного управления.

Теневая экономика имеет два основных взаимосвязанных признака:

- противоправная деятельность в целях получения исключительно в собственных интересах неконтролируемого дохода;
- получение дохода, который полностью или частично выведен из-под фискального контроля в целях получения дополнительных экономических выгод.

Структура теневой экономики:

- «вторая» («беловоротничковая»)
- «серая» («неформальная»)
- «черная» («подпольная») теневая экономика.

Таблица 1. Критерии типологизации теневой экономики

Критерий	«Беловоротничковая» теневая экономика	«Серая» теневая экономика	«Черная» теневая экономика
Субъекты	Менеджеры официального («белого») сектора экономики	Неофициально занятые	Профессиональные преступники
Объекты	Перераспределение доходов без производства	Производство обычных товаров и услуг	Производство запрещенных и дефицитных товаров и услуг
Связи с «белой» экономикой	Неотрывна от «белой»	Относительно самостоятельна	Автономна

Теневая экономика, как и легальная, образует системы разных уровней. Одни виды теневых экономических действий (например, рэкет) развиваются в основном на уровне отдельного города. Другие тяготеют к формированию национальных систем (это относится, прежде всего, к коррупции). Третьи разворачиваются на международном уровне (например, контрабанда). [5]

Проблема теневой экономики появилась давно. Вот несколько примеров теневой деятельности: нелегальное производство товаров и услуг, сокрытие доходов от государства, оборот неучтенной наличности, отмывание «грязных» денег, взятки и злоупотребления служебным положением. Проблема теневой экономики актуальна в России.

Теневая экономика в Российской Федерации характеризуется региональными, отраслевыми особенностями, находится под влиянием текущей геополитической ситуации и приобрела черты общественной опасности. В

современных условиях экономические отношения деформированы, легальный сектор находится под влиянием теневого сектора экономики, формируется самостоятельный сектор криминальной экономики. Особенность и уникальность российской теневой экономики отличается такими чертами, как уход от налогов, легализация доходов, полученных незаконным путем, несанкционированный вывоз капитала за рубеж, двойная бухгалтерия, скрытая безработица, коррупция.

Теневая экономика неравномерно представлена в различных отраслях и регионах России, тесно связана с состоянием налоговой и финансовой сфер, а также сферы правопорядка. Все это приводит к искажению рыночных отношений, диспропорциям в использовании природного и производственного потенциалов регионов, к разрушению экономического пространства, деструктуризации экономической системы и финансовой безопасности. В сфере теневой экономики не решаются социальные, экологические и другие задачи по развитию Российской Федерации, экономическая деятельность приобретает черты противоправной деятельности и отрицательно влияет на финансовую безопасность. Поэтому возникает необходимость применения правоохранительных механизмов, направленных на противодействие распространению экономически и общественно опасных явлений, а также предупреждение и пресечение общественно опасной активности криминальных структур.

В современных условиях в России отмечаются высокие темпы роста теневой экономики, что характеризуется наличием факторов и условий для роста теневой экономики в связи с отсутствием должного влияния контролирующих и противодействующих этому явлению структур в системе управления государством.

Причины теневой деятельности в России:

1) возникновение структурного и экономического кризиса, осложняющего ситуацию на рынке труда, которая, и свою очередь, порождает всплески малого предпринимательства и самостоятельной занятости и становится питательной средой для буйного роста теневых отношений.

2) характер государственного вмешательства в экономику. Предполагается, что сравнительная доля неофициальной экономики находится в прямой зависимости от трех параметров: степени регулятивного вмешательства, уровня налогообложения и масштабов коррупции.

3) Социальный фактор. Большой поток беженцев, растущая безработица, невыплаты заработной платы и т.п. является хорошей средой для теневой экономики. Люди, приехавшие в новую страну, город или потерявшие работу, соглашаются на условия нелегальной теневой занятости.

4) открытие внешних рынков и обострение конкурентной борьбы, прежде всего с производителями стран "третьего мира", побуждающее снижать издержки всеми легальными и нелегальными способами.

Новые статистические данные за 2015-2016 годы свидетельствуют, что неформальная и теневая экономика в России не снижаются.

Россия, к сожалению, отстает в развитии обрабатывающей промышленности, особенно в производстве продукции с высокой добавленной стоимостью, высокотехнологической продукции. Но преуспела в «создании» теневой экономики огромных масштабов. По разным источникам в размерах 40-50% ВВП. Основным драйвером и генератором неформальной экономики служит, опять же, высокая коррупция на всех уровнях власти и силовых структур, во всех государственных институтах и видах экономической деятельности.

Согласно исследованиям Всемирного банка доля теневой экономики в РФ составляет 43% от ВВП, в Китае - всего лишь 13% ВВП, в Швейцарии еще меньше - 8%, а в Греции достигает 24 %, в Испании — 19 % ВВП, в Италии — 21 %, в Норвегии — 7 %, Финляндии — 8 % и Швеции — 9 %, Украина- лидер Европы – 44%. Для наглядности можно составить следующую диаграмму:

Рисунок 1 Доля теневой экономики в разных странах

Основными методами противодействия негативному влиянию теневой экономической деятельности на развитие экономики России являются следующие:

1. Либерализация условий экономической деятельности, то есть отмена запрещения тех или иных видов деятельности, сокращение статистической и иных видов отчетности.

2. Изменения в налоговом законодательстве и процесс снижения налогового бремени.

3. Кардинальное повышение ответственности государственных и муниципальных должностных лиц.

4. Освобождение от налоговой доли прибыли, идущей на создание новейших рабочих мест и расширение производства;

5. Реструктурирование налоговой задолженности, сначала для небольшого бизнеса в перерабатывающей индустрии;

6. Назрела необходимость усиления и координации мер, направленных на воспитание стойкого органического неприятия теневой экономической деятельности по моральным соображениям каждым гражданином России. Такие меры должны осуществляться на всех этапах жизни человека: в детском саду, в школе, колледже, вузе в армии и т.п.

Существующий в России в данное время показатель масштабов теневых операций - 43% ВВП является критическим. На этом рубеже влияние теневых факторов на хозяйственную жизнь становится настолько ощутимым, что противоречие между легальным и теневым укладами наблюдается практически во всех сферах жизнедеятельности общества.

Основными причинами существования и развития теневой экономики являются нестабильность и разбалансированность экономики официальной, находящейся в глубоком кризисе, неполнота и противоречивость законодательного регулирования, неэффективность налоговой и в целом фискальной политики государства. Важное место в числе этих причин занимают явления социально-психологического характера (а именно: появление новых жизненных стандартов, с одной стороны, и утрата нравственных ориентиров, с другой; неготовность к жизни в условиях рынка, атрофия массового протеста к различным видам отклоняющегося поведения).

В оценке масштабов мы видим, что теневая экономика в России достаточно развита. К настоящему времени в России сложилась система правового обеспечения деятельности по предотвращению, выявлению и пресечению экономических преступлений.

Проблема теневой экономики стала для России тяжелой системной проблемой национальной безопасности, решить которую можно только путем реализации широкого целенаправленного комплекса мер во всех сферах жизнедеятельности государства и общества и только совместными их усилиями. Для того, чтобы сократить масштабы теневой экономики в стране необходимо прежде всего устранить сам корень проблемы, т.е. причины, которыми был вызван рост теневой экономики.

Литература

1. Голованов Н.М., Перекислов В.Е., Фадеев В.А. *Теневая экономика и легализация преступных доходов*. СПб., 2013.

2. Аблаев И.М. *Тень и краски российской экономики*. //ЭКО, 2010. - №2. - с.21-37.

3. Латов Ю.В./Экономика вне закона: очерки по теории и истории теневой экономики.// 2008.№ 3-с. 34-38.

3. Теневая экономика” /Бунич А.П., Гуров А.И. и др. М.: Экономика, 2011.

4. «Теневая экономика» \ Никифоров Л., Кузнецова Т., Фельзенбаум В.\ «Вопросы экономики» №1 2012 г.

5. Виноградов В.В./Экономика России//2012-с 320.

6. Ечмаков, С.М. Теневая экономика: анализ и моделирование / С.М. Ечмаков. - Москва: Финансы и статистика, 2014. - 408 с.

7. Теневая экономика: проблемы и решения. - Москва: Издательство РАГС, 2005. - 302 с.

8. Попов, А.И. Экономическая теория. Учебник для вузов. - 4-е изд. - СПб.: Питер, 2014. - 569 с.

Тенденции и закономерности развития российского рынка труда на основе статистических данных

*А.А. Шумейко, студент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель – О.С. Лазарева, к.э.н., доцент*

Аннотация. Рынку труда в РФ характерна неустойчивость функционирования. В статье представлены результаты анализа сегментации рынка труда по «объектному» критерию: с позиции распределения рабочей силы по видам экономической деятельности и размерам заработных плат работников. Также были выявлены тенденции, закономерности и проблемы развития рынка труда в нашей стране, поскольку потенциальному работнику необходимо знать структуру рынка для рационального выбора профессии, что в свою очередь способствует повышению уровня занятости населения и снижению уровня безработицы.

Ключевые слова: рынок труда, сегментация, рабочая сила, оплата труда, экономическая активность населения, занятость, безработица, квалификация.

Abstract. Labor market in the Russian Federation functions unstably. Results of the analysis of segmentation of labor market on "object" criterion are presented in article: by types of economic activity and the sizes of the salaries of workers. The author revealed tendencies and problems of development of labor market in our country. The potential worker needs to know structure of labor market for rational choice of profession that in turn will promote increase in a level of employment of the population and decline in unemployment.

Keywords: labor market, segmentation, labor, compensation, economic activity of the population, employment of the population, unemployment, qualification.

Повышение уровня и качества жизни населения - важнейшая задача государственной политики, реализация которой невозможна без эффективного производства, без эффективной совместной деятельности людей. При этом факторами производства, исходя, из теоретико-экономических традиций является труд, земля и капитал.

Рынок труда рассматривается как единое пространство с действием рыночных механизмов, на котором происходит взаимодействие двух главных субъектов – наемных работников и работодателей. В рыночной экономике рынок труда неоднороден и состоит из множества секторов, сегментов, отличающихся труд от друга различной степенью автономности.

В условиях дисбаланса между спросом и предложением, характеризующим современное состояние рынка труда, а также ограниченных возможностей межтерриториальной трудовой мобильности данная проблема актуальна.

Изучением рынка труда, его сущности и сегментации занимаются многие отечественные и зарубежные ученые: Пирс, Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Н.Д. Эриашвили, Е.А. Егорова, Г.Р. Вечканов, К. Ховард, Ю.А. Цыпкин, Б.А. Соловьев, В.В. Федосеев, Б.Г. Збышко, В.А. Шахова. Некоторые из определений понятия «рынок труда» и «сегментация рынка труда» представлены в Таблице 1.

Так, английский экономист К. Ховард придерживается трех критериев сегментации рынка:

- географический;
- демографический;
- социально-экономический.

Однако существуют и другие классификационные признаки [3, с.54-59]:

- профессионально-отраслевой;
- квалификационно-зарплатный;
- социально-демографический.

Таблица 1- Определения «рынок труда» и «сегментация рынка труда»

Определение	Автор
рынок труда - система общественных отношений, связанных с наймом и предложением труда т.е. с его куплей и продажей.	Б.Г. Збышко В.А. Шахова
рынок труда - система общественных отношений “согласовании интересов работодателей и наемной рабочей силы.	В.В. Адамчук О.В Ромашов, М.Е Сорокина
сегментация рынка труда - разделение рынка на отдельные части (сегменты) по определенному признаку.	Б.А. Райзберг Л.Ш. Лозовский

сегментация рынка труда - разделение общества на различные категории и определение конкретных групп потребителей, имеющих сходные предпочтения и одинаково реагирующих на предложенный продукт или на виды маркетинговой деятельности.	Н.Д.Эриашвили
--	---------------

Источник: [1, 3, 4, 5]

Сегментация позволяет охарактеризовать рынок труда по каждой категории работников с точки зрения занятости, безработицы, конкуренции между наемными работниками и между работодателями.

В соответствии с теоретическими аспектами был собран практический материал на базе официальных данных Федеральной службы государственной статистики. Были рассмотрены в динамике ключевые индикаторы рынка труда: экономическая активность населения; занятость и безработица; статистика о движении рабочих мест.

Также были проанализированы долговременные тренды путем сравнения докризисного и посткризисного периодов экономики РФ.

В РФ численность занятого населения на 2015 г. составляла - 72 млн. человек (из которых: 37 млн. человек – мужчины, 35 млн. человек – женщины), что на 1, 8% больше по сравнению с 2008 г[6].

Численность безработных на 2015 г. составляла – 4,263 млн. чел, что на 9% ниже уровня безработных в 2008 г.

Численность экономически активного населения (измеряет фактическую величину предложения труда) достигла своего максимального значения в 2015 г. - 76,6 млн. человек. Важным показателем экономической активности, охватывающим все сектора экономики, является ВВП.

К середине 2011 года Валовой внутренний продукт преодолел три четверти от кризисного падения, а ряд других ключевых экономических показателей, среди которых объем промышленного производства, потребительские расходы, товарный экспорт и импорт, превысили максимальные предкризисные значения середины 2008 года. В 2012 году продолжался рост российской экономики, прирост ВВП к 2011 году составил 3,4 процента. Рост ВВП был связан с ростом промышленного производства, с высокой динамикой финансовой деятельности, розничной и оптовой торговли. Положительное влияние на рост ВВП оказывали расширение инвестиционного спроса, возросшая ориентация внутреннего спроса на отечественную продукцию и замедление роста импорта. В 2013 г. происходило дальнейшее замедление экономического роста, начавшееся в 2012 году. За период с конца 2011 года прирост ВВП в годовом выражении снизился с 5 и более процентов до 1.3 %.

Угасание темпов экономического роста в 2012-2014 гг. сопровождалось «проседанием» уровня экономической активности населения примерно на 0,3% или 147 тыс. человек в 2013 г. по сравнению с 2012 г. [3, с. 54-59]. Это свидетельствует об изменениях в режиме функционирования российского рынка труда, поскольку в предыдущие периоды его реакция на негативные экономические факторы не затрагивала показателей экономической активно-

сти. В целом, численность экономически активного населения характеризует совокупное предложение труда.

Рассмотрим фактическое распределение рабочей силы по видам экономической деятельности и заработной плате работников. Был проведен анализ 4 видов экономической деятельности из 15, т.к. в них занята наибольшая доля численности населения (Рисунок 1).

Рисунок 1 – Доля занятых в экономике РФ по видам экономической деятельности на 2000 г.

В 2000 г. доля занятого населения в обрабатывающих производствах достигла максимума – 19,1% (или 12,297 млн. чел) из всех видов экономической деятельности. В последующие годы происходит спад. В 2014г. численность занятого населения в этом виде экономической деятельности составила - 9,872 млн. чел, что на 4,5% меньше 2000 г. (Рисунок 2).

Рисунок 2 – Доля занятого населения в экономике РФ

Уровень занятых в сельском хозяйстве, охоте и лесном хозяйстве имеет тенденцию к снижению. Наибольшее сокращение численности занятых можно проследить в 2005 г. – на 2,4% (или 1,5 млн. человек) по сравнению с 2000 г. (Рисунок 3).

За весь анализируемый период - доля занятых в данном виде деятельности снизилась на 4,7 % в 2014 г. по сравнению с 2000 г. что составило – 2,749 млн. человек.

Рисунок 3 – Доля занятого населения в экономике РФ

Доля занятого населения в оптовой и розничной торговле возросла на 5% в 2014 г. по сравнению с 2000 г. что составило – 3, 889 млн. человек (с 8,806 до 12,695 мл. человек), (Рисунок 4).

Рисунок 4 – Доля занятого населения в экономике РФ

В строительстве ситуация не однозначна (Рисунок 5). При анализе базисного показателя - наибольший прирост среднегодовой численности занятых приходится на 2013-2014 гг. по сравнению с 2000 г. и составляет он – 1,7% (или 1, 387 млн. человек).

Рисунок 5 – Доля занятого населения в экономике РФ

Таким образом, если в 2000 г. максимальными «потребителями» рабочей силы трудоспособного экономического активного населения РФ являлись

(% к итогу): обрабатывающие производства (19,1% к итогу); сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство – 13,9%; оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования – 13,7%; образование – 9,3%,

В 2014 г. структура экономической деятельности населения изменилась: лидирующее место занимает оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования – 17,2% (11,706 млн. человек); обрабатывающие производства – 14,6%; 9,2% - сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство; операции с недвижимым имуществом - 8,7%.

Ещё одним базовым фактором определяющим сегменты рынка труда, выступает уровень оплаты труда. Именно заработная плата – мотивирует экономически активное трудоспособное население к занятости в конкретных видах экономической деятельности.

Была рассмотрена средняя начисляемая заработная плата работников в зависимости от их возраста. (Рисунок 6). По данным, представленным на рисунке можно отметить, что пики заработков достигаются на возрастной группе от 30 до 34 лет, что на 87% превышает заработную плату работников в возрастной группе от 18 до 19 лет. Данная тенденция свидетельствует о сложном положении выпускников ВУЗов, так как возникают проблемы, связанные с отсутствием опыта, но существуют преимущества у потенциального работника для работодателя, на которые необходимо обратить внимание:

- возможность сформировать понимание необходимых компании стандартов работы у выпускника, а не переучивать специалиста;
- из-за отсутствия опыта человеку не с чем сравнивать свою первую компанию, так что есть хорошая возможность получить лояльного сотрудника (в случае грамотной работы по его мотивированию в компании);
- у начинающих специалистов работа менее оплачиваема по сравнению с профессионалами «со стажем». И такая ситуация также выгодна компании.

Существуют и отрицательные моменты данной ситуации для работодателя: риск материальных потерь связанный с исполнением служебных обязанностей.

Таким образом, потенциальным работникам разумнее всего начинать набирать профессиональные навыки еще в вузе, а работодателям не остерегаться выпускников ВУЗов, не имеющих опыта работы.

Рисунок 6 – Средняя начисляемая заработная плата работников

Заработная плата зависит не только от возрастной группы работника, но и от гендерного признака (Рисунок 7).

В феврале 2014 г. доля безработных среди женщин сократилась на 0,3% (с 7,1 до 6,8%), а среди мужчин — всего на 0,1% (с 8,4 до 8,3%).

Рисунок 7 – Средняя начисленная заработная плата мужчин и женщин в РФ

Что касается, анализированных отраслей, то действительно, заработная плата женщин меньше заработной платы мужчин: заработная плата мужчин на 1% выше оплаты труда женщин (или на 230 р.) в образовании. В добыче полезных ископаемых – заработная плата мужчин, всё также превышает заработную плату женщин на 31% (или 12 тыс. 200 руб.). Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство не являются исключениями, мужчины зарабатывают на 20% (или 3, 350 тыс. руб.) больше женщин. Средняя заработная плата женщин на 2013 г. составляла - 16,985 тыс. руб.; мужчин – 20,334 тыс. руб.)

В госсекторе эти различия составляют 11%, в строительстве – 13%, в медицине – 20%.

Таким образом, изучение рынка труда во всем его многообразии позволяет осуществлять целенаправленную политику занятости населения и сглаживания социальных противоречий, неизбежно возникающих в условиях жесткой рыночной системы хозяйствования. В ходе исследования было выявлено:

1. С позиции фактической занятости рабочей силы в экономике страны – наиболее объемным сегментом рынка являются: обрабатывающие про-

изводства – 19,1% в 2000 г.; 14,6% в 2014 г.); оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования 2000г. – 13,7%; 2014г. – 18,7%.

2. С позиции экономической привлекательности труда для работников:

2.2 наиболее привлекательна деятельность, связанная с добычей полезных ископаемых: заработная плата мужчин в 2013 г. составила в данном виде экономической деятельности - 51,054 тыс. руб.; заработная плата женщин – 38,889 тыс. руб.

2.3 наименее привлекательна в 2013 г. стала деятельность, связанная с сельским хозяйством, охотой и лесным хозяйством. Заработная плата для мужчин составляла - 20,334 тыс. руб., для женщин 16,985 тыс. руб.

3. В 2005 г. наименее оплачиваемой деятельностью являлось - образование: заработная плата мужчин – 6,221 тыс. руб., женщин – 5,420 тыс. руб. (в 2013 г. заработная плата возросла в 3,5 раза у мужчин и в 4 раза у женщин).

4. Заработная плата у мужчин увеличилась на 21, 523 тыс. рублей в 2013 г. по сравнению с 2005 г. (с 11,778 тыс. руб. – в 2005 г. до 33,301 тыс. в 2013 г.) – почти в 3 раза. Что касается женщин, то абсолютный базисный прирост тоже положителен: средняя заработная плата женщин по всем видам экономической деятельности увеличилась на 17,568 тыс. руб. – в 3,5 раза.

Литература

1. Агабекян Р.Л., Баяндурян Г.Л./ Институциональная экономика: бизнес и занятость : учеб. пособие. — М. : Магистр, 2010. — 462 с.
2. Адамчук В.В., Ромашов О.В., Сорокина М.Е. Экономика и социология труда: Учебник для вузов. — М.: ЮНИТИ, 2013. - 407 с.
3. Остепенко Ю.М./ Экономика труда: Учеб. пособие. — 2-е изд., - М.: ИНФРА-М, 2007. 272 с. — (Высшее образование)
4. Райзберг Б.А/ Словарь экономических терминов/ Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш.. — 4-е изд. — М.: Айрис – пресс, 2008.-480 с.
5. Эриашивили Н.Д / Маркетинг: Учебник для вузов / Эриашивили Н.Д., К. Ховард, Ю.А. Цыпкин и др.; Под ред. М26 Н.Д. Эриашивили. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. - 623с.
6. Ресурсы Internet: Федеральная служба государственной статистики: <http://www.gks.ru/>

Особенности отражения учета аренды в российской и международной практике

*А.В. Спиренкова, студент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель – М.С. Косыке, к.э.н., доцент*

Аннотация. В этой статье будут рассмотрены особенности отражения арендных отношений в России и на международном уровне

Ключевые слова: аренда, арендные операции, стандарты, учет

Abstract. This article describes the features of reflection of lease relations in Russia and on the international level

Keywords: rent, rental operations, standards, accounting

Эффективное развитие предпринимательской деятельности, поиск новых партнеров, развитие рыночных отношений – все это ведет к изменениям в экономике страны, но на деятельность предприятий оказывают влияние и внешние факторы: международные, политические, экономические, научно-технические и прочие.

Важно понимать, что даже в период экономического кризиса, предприятия изыскивают способы получения дополнительного дохода, и одним из таких способов является сдача имущества в аренду. По мнению Волковой М.М., аренда имеет явное преимущество перед приобретением оборудования в собственность. Она позволяет предприятиям вовлечь в хозяйственный оборот необходимое имущество без значительных единовременных вложений и предоставляет возможность получать доход посредством сдачи в аренду временно неиспользуемых объектов, но при этом сохраняя право собственности на них [8].

Что касается учета аренды и арендных отношений, он тоже развивается и совершенствуется. Аспекты учета аренды основных средств изучали и рассматривали такие современные отечественные ученые, как: О.А. Левкович, В.А. Хохлова, М.М. Волкова, Б.И. Путинский, и многие другие [11, 10, 8, 9], но вопросы относительно гармонизации российских правил учета с МСФО до сих пор являются открытыми.

По мнению Шейхаметовой Э.Н. отечественные предприятия, на данном этапе экономического развития испытывают острую нехватку оборотных средств [1, стр. 524].

По нашему мнению следует согласиться с вышеприведенной точкой зрения, потому как в период нестабильной экономической обстановки и санкций, предприятиям, которые нуждаются в расширении парка или замене оборудования весьма затруднительно изыскать денежные ресурсы на данные мероприятия. Конечно, можно изъять из оборота ликвидные средства или же вос-

пользоваться займом, но где гарантия, что данные меры не повлекут за собой еще больше дополнительных расходов.

Необходимо отметить, что в аренду может сдаваться как движимое, так и недвижимое имущество. Согласно п.2 ст. 609 ГК РФ, договор аренды недвижимого имущества подлежит государственной регистрации и считается заключенным с момента ее проведения. Исключением из этого правила (п.2 ст. 651 ГК РФ) является договор аренды недвижимого имущества, заключенный на срок менее одного года [2].

На сегодняшний день, широкое распространение получила сдача в аренду действующими предприятиями временно свободных зданий, сооружений, оборудования, а так же транспортных средств.

Использование аренды во всем ее многообразии методов и форм позволит российским предприятиям не только перенять ценнейший опыт западных фирм, но и преодолеть кризисные явления в экономике с меньшими потерями для себя.

Чтобы предприятия и дальше могли достоверно и полно отражать результаты своей деятельности в бухгалтерской финансовой отчетности, разрабатываются различные стандарты: начиная с документов международного статуса и заканчивая локальными положениями. Одним из важнейших стандартов мирового уровня, который касается аренды, а так же арендных операций, является Международный Стандарт Финансовой Отчетности (далее – МСФО) № 17 «Leases» («Аренда»). Нужно отметить, что в МСФО № 17 делается акцент на дифференциации двух понятий: финансовая (financial leases) и операционная (operational leases) аренда [3]. В российской терминологии принято ассоциировать финансовую аренду с понятием лизинг.

В Международном Стандарте классификация аренды зависит в большей степени экономического содержания сделки, нежели от формы контракта. При операционной аренде, как и при лизинге, одна компания передает другой право пользования активом за соответствующее вознаграждение.

Мы выяснили, что у лизинга есть одно принципиальное отличие от аренды, и оно заключается в том, что выгоды и риски распределяются поразному, и в ходе нашего исследования была разработана схема, которая представлена ниже (см. рис.1).

В Международном Стандарте №17 «Аренда» не упоминается об определении существенности при переходе выгод и рисков к лизингополучателю, но приведен ситуационный перечень, который помогает классифицировать аренду как финансовую. Например, наиболее простым, в понимании, вариантом классификации сделки как лизинга является случай, когда право собственности на имущество переходит к лизингополучателю по окончании срока аренды.

Важно отметить, что срок передачи имущества в пользование – большая часть срока экономической службы актива. Применить это положение в отношении классификации аренды как финансовой, т.е. лизинга достаточно

проблематично в связи с тем, что отсутствует определение термина «большая часть».

Рисунок 1 - Распределение рисков и выгод при лизинге и операционной аренде

В аналогичных ситуациях компания принимает решения самостоятельно.

Термины, которые применяются в МСФО, схожи с понятиями, которыми оперирует российский бухгалтерский учет, но в то же время имеются и различия. Рассмотрим основные термины МСФО, относительно лизинга (см. табл. 1) [3].

Таблица 1. Основные характеристики аренды в МСФО № 17 «Аренда»

Характеристика	Трактовка
Начало срока лизинга (аренды)	в качестве начала срока лизинга выступает более ранняя дата: либо это дата заключения договора об аренде или же дата принятия сторонами обязательств относительно существенных условий аренды. В российской практике, практически не возникает ситуаций, при которых бы дата принятия обязательств разнилась бы с датой непосредственного заключения договора. Так же в качестве даты принятия обязательств может быть момент подписания соглашения о текущих или последующих намерениях.

Срок лизинга (аренды)	срок, на который лизингополучатель может продлить, заключенный договор, и в течение этого периода действие договора не может быть прекращено [9].
Срок экономической службы	период использования имущества или же количество продукции, которое планируется получить в ходе его использования.
Справедливая стоимость	данное понятие может быть истолковано как рыночная стоимость имущества, которое передано в лизинг. Иными словами, это стоимость приобретенного имущества в ходе сделки между осведомленными и независимыми друг от друга сторонами, которые желают совершить данную операцию.
Минимальный лизинговый платеж	сумма, которая выплачивается лизингополучателем за весь срок лизинга. В эту сумму включаются штрафы, например, за расторжение договора, остаточная стоимость имущества, если одним из условий договора является обязательный выкуп. <i>В расчет размера минимальных лизинговых платежей не включаются следующие выплаты:</i> - выплаты, размер которых зависит от, объема выручки, прибыли, объема выпущенной продукции т.п.; - выплаты, которые выплачиваются лизингодателем, но при этом возмещаются ему из других источников (например, из Налога на Добавленную Стоимость).
Условная арендная плата	часть лизинговых платежей, которые не фиксируются, а зависят от факторов, которые являются отличными от срока лизинга. Например, указывается количество продукции, выпущенной с использованием актива, полученного непосредственно в лизинг.

В начале срока лизинга дисконтированная стоимость всех минимальных арендных платежей равна, либо составляет неотъемлемую часть справедливой стоимости, переданного в лизинг имущества. Это значит, что если арендатор полностью выплачивает стоимость актива, который ему передали, то такую аренду необходимо классифицировать как лизинг.

В общепринятых принципах бухгалтерского учёта (GAAP) Соединенных Штатов Америки, арендные отношения называются лизингом, если сумма минимальных арендных платежей составляет 90 и более процентов от стоимости имущества. Важным аспектом является то, что имущество, переданное в пользование лизингополучателю - узкоспециализировано, что в свою оче-

редь ограничивает спектр его использования [4]. Например, передача в пользование специализированного оборудования или же производственной линии, которая смонтирована на площади лизингополучателя, которая не будет пользоваться спросом у большинства других компаний. Это и будет считаться признаком сделки лизинга.

В МСФО № 17 дополнительными характеристиками, которые помогают классифицировать арендные отношения как лизинг, являются следующие особенности:

- если договор расторгается досрочно, то издержки арендодателя погашает арендодатель (лизингополучатель);
- присутствует возможность продления договора на более выгодных условиях;
- прибыль или же убыток от колебания остаточной стоимости имущества, которое было передано – получает непосредственно арендатор.

Процесс определения и классификации аренды (финансовая или операционная) производится на стадии заключения самого договора. Конечно, с течением времени к заключенному договору могут быть приняты поправки, дополнения, которые окажут влияние на первоначальную классификацию. Внешение подобных изменений учитывается в соответствии с МСФО, т.е. заключение нового соглашения (договора) между сторонами.

Для того чтобы имущество, полученное в лизинг, было отражено, верно, необходимо определить, прежде всего, стоимость объекта учета, и, конечно же, размер амортизационных и лизинговых платежей.

МСФО № 17 предполагает то, что лизингополучатель должен отражать имущество, полученное в лизинг, по наименьшей из стоимостей: стоимости дисконтированных минимальных платежей и справедливой (рыночной) стоимости. В бухгалтерском же балансе, имущество, которое получено в лизинг, отражают одновременно как в активе (основные средства), так и в пассиве (обязательства).

Согласно МСФО, лизинговый платеж включает в себя две составляющие: финансовый расход (выплаты лизинговой компании, которые в обязательном порядке включаются в расходы периода), а так же сумма, которая относится на уменьшение финансового обязательства [4].

Финансовый расход определяется как процент от остаточной стоимости, равный ставке дисконтирования. Остальная же часть лизингового платежа, определенного в договоре, относится на уменьшение обязательства перед лизинговой компанией (в расход не включается).

По имуществу, которое получено на основании лизинга, лизингополучатель начисляет амортизацию, которая должна быть включена в расходы каждого учетного периода. Амортизация же по переданным в лизинг активам начисляется в зависимости от амортизационной политики, которая принята для собственных основных средств.

Если лизингополучатель после заключения договора не имеет уверенности в том, что все же право собственности на имущество перейдет к нему, то ак-

тив амортизируется за наиболее короткий срок (срок полезной службы или срок лизинга). В противном случае актив, который передан в лизинг самортизируется полностью за срок полезной службы [10].

В же российской практике отдельного ПБУ, посвященного учету арендных отношений, не существует, но отдельные вопросы аренды раскрываются в ПБУ 6/01 "Учет основных средств", в части учета доходных вложений в материальные ценности, в Методических указаниях по учету основных средств, а также в нормативных документах по лизинговой деятельности (глава 34 «Аренда» 2 части ГК РФ, Федеральный закон "О финансовой аренде (лизинге)" от 29.10.1998 N 164, Приказ Минфина РФ от 17.02.1997 N 15 (ред. от 23.01.2001) "Об отражении в бухгалтерском учете операций по договору лизинга") [5].

Так же нужно обратить внимание на то, что данные российские нормативы имеют ряд противоречий, что тормозит понимание учета арендных операций в российских организациях, не говоря уже о приведении этого учета в соответствие с требованиями МСФО.

Гражданский Кодекс РФ характеризует операции по аренде следующим образом (см. табл. 2)

Таблица 2. Характеристика операций по аренде в соответствии с ГК РФ

Вид операций	Краткая характеристика
Операции по договору аренды	арендодатель обязуется предоставить арендатору имущество во временной владение (пользование), за определенную плату.
Операции по договору лизинга (финансовой аренды)	арендодатель обязуется приобрести в собственность, указанное арендатором имущество у определенного им продавца, и предоставить арендатору это имущество в пользование (временное владение) для предпринимательских целей за плату.

Другую трактовку лизинговых операций дает ФЗ "О финансовой аренде (лизинге)" от 29.10.1998 N 164 – это вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга физическим или юридическим лицам за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях, обусловленных договором, с правом выкупа имущества лизингополучателем [6].

Федеральный закон «О лизинге» выделяет три разновидности лизинга (см. рис. 2) [7].

Несмотря на то, что существуют различия в подходах к понятию «лизинг» в ГК и ФЗ "О лизинге", экономическая сущность данной операции заключается в прямом инвестировании средств лизингодателем в предмет лизинга с целью получения возмещения инвестиционных затрат, а также вознаграждения от лизингополучателя.

Рисунок 2 - Виды лизинга в соответствии с классификацией ФЗ «О лизинге»

Далее мы провели сравнительный анализ «российского аналога стандарта по аренде» и МСФО. Для этого нами была разработана таблица сходств и различий данных систем (см. табл. 3).

Из данной таблицы следует, что в МСФО № 17 «Аренда», так же как и в российском законодательстве производится деление на финансовую аренду и операционную. Для МСФО капитализация аренды является необходимой операцией, потому как практически все вознаграждения и риски, которые связаны с правом собственности, переходят к арендатору. При этом под риском понимаются и убытки, которые может понести компания (простой, моральное и физическое ухудшение актива). Важно отметить, что основным критерием вида аренды является далеко не нормативно-правовая форма, а степень перехода экономических выгод и рисков от арендодателя к арендатору.

Следовательно, если в российском законодательстве больше делается упор на юридическое разграничение операций лизинга и аренды, то в МСФО в данном вопросе играет роль принцип приоритета содержания перед формой.

Статья 8 МСФО № 17 гласит, что квалификация аренды как финансовой или операционной зависит от содержания операции, а не от формы контракта. В ГК РФ, а также в ФЗ "О лизинге" дается определение соответствующих видов аренды, исходя только из договора аренды или лизинга.

Таблица 3. Сходства и различия аренды по МСФО и РСБУ

Признак сравнения	Различия	Сходства
Классификация аренды	- классификация в РФ основана на договоре, а в Международном Стандарте – на степени передачи рисков и экономических выгод - в МСФО соблюдается приоритет содержания перед формой	выделение 2 видов аренды: операционной и финансовой
Порядок отражения операций по операционной аренде	нет	имущество отражается на балансе арендодателя, арендные платежи отражаются на равномерной основе
Раскрытие информации в отчетности	перечень информации, которая требуется в МСФО гораздо шире, чем в РСБУ	ряд показателей, раскрываемых в отчетности РСБУ и МСФО - совпадает
Порядок отражение операций по финансовой аренде	-в МСФО № 17, объекты, переданные в финансовую аренду, отражаются только на балансе арендатора, а в российском законодательстве – либо на балансе лизингодателя, либо на балансе лизингополучателя -лизинговое имущество в балансе лизингополучателя В РФ отражается в сумме задолженности по платежам, а по МСФО – по справедливой стоимости; -лизинговые платежи в РФ не делятся на составляющие в зависимости от ставки % и нормы прибыли;	лизинговое имущество может отражаться на балансе лизингополучателя, как требует МСФО №17 «Аренда»

Что касается терминологии, то в МСФО № 17 для разграничения понятий «лизинг» и «аренда» используются термины «financial leases» и «operational leases», которые дословно переводятся как финансовая и операционная аренда. В российской терминологии финансовую аренду принято называть лизингом.

Если говорить об операционной аренде, то в ее отражении в отчетности арендодателя и арендатора практически нет разницы, как в российских, так и в международных стандартах. А вот в трактовка финансовой аренды, в МСФО и РСБУ – различаются. В МСФО № 17, объекты, переданные в финансовую аренду, отражаются только на балансе арендатора, а в российском

законодательстве – либо на балансе лизингодателя либо на балансе лизингополучателя. В этом вопросе, наблюдается расхождение и несогласованность .

Еще одним различием является то, что в МСФО № 17 арендатор отражает актив, полученный в финансовую аренду, в сумме, равной справедливой стоимости арендуемого имущества или же по дисконтированной стоимости минимальных арендных платежей (коэффициентом дисконтирования является процентная ставка, которая заложенная в аренду). В этой же сумме должно быть отражено обязательство на начало срока аренды. Сумма арендной платы состоит из финансовых расходов и уменьшения неоплаченного обязательства. Финансовые расходы распределяются по периодам так, что получается постоянная ставка процента на остающееся сальдо обязательств. В отличие от МСФО в учете российских организаций лизинговое имущество отражается в сумме всех расходов. В этой же сумме будет отражена кредиторская задолженность по лизинговым платежам.

Из этого можно сделать вывод о том, что как в балансе, так и в отчете о прибылях и убытках у российского лизингополучателя будут отражены совсем иные показатели, чем это требуется в соответствии с МСФО № 17 «Аренда».

Еще возникают различия в РСБУ и по МСФО в вопросах отражения операций по финансовой аренде у арендодателя. По МСФО № 17 арендодатель отражает в своем балансе дебиторскую задолженность в сумме, равной чистой инвестиции в аренду. При этом финансовый доход от аренды распределяется в течение срока аренды по схеме, которая отражает постоянную норму прибыли на чистые неоплаченные инвестиции. А в РСБУ – в балансе лизингодателя отражается дебиторская задолженность по лизинговым платежам в полной сумме долга лизингополучателя без распределения дохода в течение срока аренды с учетом постоянной нормы прибыли.

В ходе проведения сравнительного анализа российских правил учета аренды и положений МСФО № 17 выявлены значительные несоответствия национальной и международной практики учета аренды. В свете осуществляемого совершенствования и реформирования отечественной системы бухгалтерского учета, которая имеет своей целью гармоничное развитие как международных, так и российский стандартов учета и отчетности, возникает необходимость разработки и представления нового национального стандарта, который бы регулировал правила формирования и представления в отчетности информации об арендных операциях предприятий. Этот новый стандарт поможет более продуктивно организовывать деятельность, а так же принимать обоснованные и верные управленческие решения. В основу данного стандарта должно быть заложено разделение аренды на два вида в соответствии с экономическим смыслом арендных операций.

Литература

1. Об отражении в бухгалтерском учете операций по договору лизинга [Текст]: приказ Минфина РФ от 17 фев. 1997 г. № 15 (ред. от 23 янв. 2001) [6]

2. О лизинге [Текст]: федеральный закон от 29 окт. 1998 г. № 164-ФЗ [7]
3. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 23.05.2016). ГК РФ Статья 609. Форма и государственная регистрация договора аренды [2]
4. Программа реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности, утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 6 марта 1998 года №283 (16.12.04) [5]
5. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 17 "Аренда" (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 25.11.2011 N 160н) (ред. от 11.06.2015) [3]
6. Волкова М.М., Основные тенденции на рынке лизинга. - М.: Юрайт, 2013. [8]
7. Карагод, В.С. Международные стандарты финансовой отчетности: Учебное пособие для бакалавров / В.С. Карагод, Л.Б. Трофимова. - М.: Юрайт, 2013. - 322 с. [4]
8. Левкович О.А., Бухгалтерский и налоговый учет, финансовый анализ и контроль. – М.: Аналитика-пресс, 2014. [11]
9. Путинский Б.И., Финансовый лизинг. – М.: Книжный мир, 2014. [9]
10. Хохлова В.А., Аренда, лизинг.//БИКИ, 2013. [10]
11. Библиографическое описание: Шейхаметова Э. Н. Значение аренды // Молодой ученый. — 2016. — №1. — С. 522-528. [1]

Основные аспекты учета и аудита поступления и продажи товаров в торговле

В.А. Левченко, студент

Научный руководитель: **Коське М.С., к.э.н., доцент**
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Статья посвящена проблемам организации учета товаров. Рассмотрены особенности бухгалтерского учета товаров в условиях автоматизации. На примере конкретного предприятия представлен процесс проведения инвентаризации, выявлены особенности аудита товаров в торговле.

Ключевые слова: товары, учет, аудит, торговля.

Abstract. Article is devoted to problems of the organization of the accounting of goods. Features of accounting of goods in the conditions of automation are considered. On the example of the concrete enterprise process of carrying out inventory is presented, features of audit of goods in trade are revealed.

Keywords: goods, account, audit, trade.

Эффективное функционирование торговой организации требует оптимизации товарных запасов. Оптимальный запас - это их совокупный размер, обеспечивающий, с одной стороны, все более полное удовлетворение спроса населения, с другой стороны, - практически бесперебойную и наибольшую продажу товаров, приносящих торговому предприятию максимально возможную прибыль и минимальный уровень затрат на их образование, хранение, обработку, перемещение. Рациональное соотношение запасов во всех звеньях товародвижения гарантирует гибкость маневрирования в управление ими в соответствии с изменяющимся спросом [1].

В настоящее время товарные запасы размещены таким образом, что большая их часть сосредоточена в розничном звене торговли. Такое положение сужает возможность маневрирования товарными запасами, приводит к выполнению розничной торговлей не свойственных ей функций по хранению запасов, повышает затраты, связанные с товарными запасами. Основная причина этого - недостаточный пока уровень развития материально-технической базы оптовой торговли. Процесс торговли весьма динамичен, соответственно, изменчива и величина оптимального запаса. Это обуславливает необходимость регулирования периодичности и размеров партий завоза, входящих потоков товаров в каждом звене (складе, магазине) и в системе товародвижения в целом, необходимость управления запасами. Как правило, проблема управления запасами актуальна главным образом за сравнительно недорогие товары высокой оборачиваемости, а также устойчивого, массового спроса, который относительно легко прогнозировать. Товаров дорогих, медленной оборачиваемости или же имеющих в запасах в единицах (антиквариат, ювелирные изделия, дорогие меха) это касается в меньшей степени [2].

Приоритетными задачами учета материально-производственных запасов являются:

- своевременное документальное оформление поступления и использования товарно-материальных ценностей;
- обеспечение сохранности по местам хранения и учет по материально ответственным лицам;
- контроль за наличием и движением МПЗ;
- проведение инвентаризации в местах хранения путем сверки фактического наличия с информацией, содержащейся в регистрах бухгалтерского учета. Для учета материалов в типовом плане счетов предназначен активный Счет 10 - Материалы». Для учета товаров в типовом плане счетов предназначен активный Счет 41 «Товары».

В целях обеспечения управления запасами материалов, контроля их сохранности в местах нахождения и движения, формирования информации для обобщения необходимой отчетности каждая организация осуществляет классификацию материалов по различным принципам. По назначению в деятельности организации материалы классифицируются на материалы производственного назначения (производственные запасы) и материалы непроизвод-

ственные, используемые не в предпринимательской деятельности организации [3].

Бухгалтерский учет производственных запасов должен обеспечить:

- сплошное, непрерывное и полное документальное оформление и отражение в учете движения запасов (прихода, расхода, перемещения внутри организации), их наличия;
- учет запасов по количеству, техническим, качественным и другим признакам;
- оценка запасов, выбор для этого наиболее оптимального метода оценки с учетом специфики деятельности конкретной организации;
- оперативность (своевременность) учета запасов;
- соответствие синтетического учета данным аналитического учета на начало каждого месяца (по оборотам и остаткам);
- соответствие данных складского учета и оперативного учета движения запасов в подразделениях организации данным бухгалтерского учета, применение для этого эффективных способов сверки данных, современных методов обработки информации с использованием ЭВМ и качественных программных продуктов [4].

Методы оценки запасов.

Согласно МСФО № 2 «Запасы» применяются следующие методы оценки для учета товарно-производственных запасов:

1) метод сплошной идентификации. В рамках метода отслеживается фактическое движение всех товаров, в результате чего себестоимость отдельно взятого товара относится непосредственно на себестоимость проданных товаров. Стоимость товаров, полученных на основе разных контрактов, регистрируется отдельно. Данный метод в большинстве случаев не экономичен. Он применяется там, где стоимость единицы товара значительная, а количество товаров небольшое (продажа автомобилей, ювелирных изделий). Метод используется, когда компания занимается реализацией ограниченного ассортимента дорогостоящих товаров, при этом каждый товар можно идентифицировать с момента покупки до момента продажи;

2) метод средней стоимости и его варианты - метод средневзвешенной стоимости и метод скользящей средней стоимости. При использовании метода исходят из однородного характера товаров для продажи. Средневзвешенная стоимость товара рассчитывается как общая стоимость товаров для продажи, деленная на количество товаров для продажи.

Учет ведется по одному из двух методов:

- а) система непрерывного учета запасов;
- б) система периодического учета запасов.

В системе периодического учета запасов выручка от продажи товаров, как и в системе непрерывного учета, отражается на дату продажи. Но на дату продажи в бухгалтерском учете не отражается себестоимость проданных товаров;

5) метод ФИФО - списание по себестоимости первых по времени приобретения запасов. Метод основан на допущении, что в продажу сначала поступают первые по времени приобретения товары. Поэтому стоимость товарных запасов на конец периода определяется по ценам последних поступлений. В рамках метода учитывается фактическое движение запасов товаров. Согласно методу запасы на конец периода оцениваются по стоимости последних закупок. В период роста цен метод ФИФО дает наивысшие показатели чистой прибыли из всех методов[5];

Инвентаризация, т.е. сплошной подсчет всех товаров, и количественная оценка при необходимости. Полученные данные оцениваются в натуральном выражении в действующих ценах и сводятся по товарным группам в общую сумму. Недостатками этого метода являются большая трудоемкость и невыгодность непосредственно для организации или предприятия, так как при проведении инвентаризации предприятие, как правило, не функционирует. Учет физического товародвижения трудоемок, но крайне важен как для коммерческих служб, так и для руководителей торговых предприятий [1].

Инвентаризация проводится на основании ст. 11 Федерального закона № 402 «О бухгалтерском учете», раздел «Инвентаризация активов и обязательств» и Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств, утвержденных приказом Минфина РФ от 13 июня 1995 г. № 49 и другим нормативными актами. Основными целями инвентаризации являются: выявление фактического наличия имущества, сопоставление фактического наличия имущества с данными бухгалтерского учета, проверка полноты отражения в учете обязательств [6, С.71].

Применение двух видов учета (стоимостного и натурального) позволяет:

- выявить, какие именно товарные группы и наименования товара пользуются наибольшим спросом, и, соответственно, делать обоснованные заказы;
- оптимизировать вложения капитала в товарные запасы;
- принимать обоснованные решения по оптимизации ассортимента через закупку товаров[1].

Снятие остатков или оперативный учет, т.е. сверка материально ответственными лицами фактического наличия товара с данными товарного учета. Причем, подсчитываются не товары, а товарные места (ящики, рулоны, мешки и др.). Затем по соответствующим нормам производится пересчет, определяется количество товаров, которое и оценивается по действующим ценам. К недостаткам данного метода относится меньшая точность, чем при инвентаризации [7].

Недостатком балансового метода является невозможность исключить из расчета различные не установленные потери, что приводит к некоторым искажениям величины товарных запасов. Для устранения этого недостатка

данные балансового учета должны систематически сопоставляться с данными инвентаризации и снятия остатков. Используя балансовый метод,

легко осуществлять оперативный контроль над движением товаров. Особенно эффективен названный метод при автоматизированном учете на базе компьютерной сети [1].

Целью аудита учета материально-производственных запасов является составление обоснованного мнения о достоверности и полноте информации о производственных запасах, которые отражены в финансовой (бухгалтерской) отчетности проверяемой организации и пояснениях к ней. Для достижения указанной цели аудитором ставятся следующие задачи:

- оценка состояния внутреннего контроля за осуществлением учета товарно-материальных ценностей;
- оценка условий хранения товарно-материальных ценностей;
- проверка правильности оценки запасов и отражения операций по их движению в учете;
- оценка качества инвентаризаций товарно-материальных ценностей [8, С 231].

Для разработки эффективного подхода к аудиту материалов на стадии планирования проводится предварительная оценка системы внутреннего контроля, который подтверждается или корректируется в ходе аудита. Практика показывает, что далеко не всегда аудиторские проверки материалов сопровождаются оценкой системы внутреннего контроля, что заведомо снижает их результативность. Это приводит, в частности, к увеличению затрат времени, так как своевременно не созданные предпосылки для обоснования выборочного способа проверки повышают вероятность искажений в оценке аудиторского риска. Адекватная оценка системы внутреннего контроля позволяет качественно и более доказательно сформировать выводы аудитора в Письменной информации аудитора руководству экономического субъекта и в аналитической части аудиторского заключения [1].

Основные направления проверки:

- проверка правильности оценки поступивших материалов и формирования их первоначальной стоимости;
- проверка организации контроля за сохранностью производственных запасов;
- оценка качества проведения и оформления результатов инвентаризаций производственных запасов, а также правильности отражения этих результатов в учете;
- проверка своевременности и полноты документального оформления операций с производственными запасами;
- установление соответствия применяемой организацией методики учета производственных запасов требованиям нормативных актов, а также соответствующих стандартов и положений, устанавливающих правила их учета;
- проверка выполнения основных требований, предъявляемых к бухгалтерскому учету материально-производственных запасов:
- сплошное, непрерывное и полное отражение движения (прихода, расхода, перемещения) и наличия запасов;

- количественный и суммовой учет запасов;
- оперативность (своевременность) учета запасов;
- достоверность;
- соответствие данных складского учета и оперативного учета движения запасов в подразделениях организации данным бухгалтерского учета [9];
- соответствие показателей отчетности данным синтетического и аналитического учета производственных запасов;
- проверка правильности учета налога на добавленную стоимость по приобретенным производственным запасам;
- проверка правильности исчисления и своевременности уплаты налогов при реализации производственных запасов и т. п.

Для выполнения поставленных программой задач используются следующие источники информации:

1) Первичные документы: приказ «Об учетной политике организации»; приказы о назначении материально ответственных лиц; письменные договоры о материальной ответственности; приказы на увольнение и перемещение материально ответственных лиц; список и образцы подписей лиц, имеющих право подписи первичных документов на движение материалов; акты инвентаризаций; сличительные ведомости по инвентаризации производственных запасов; накладные, товаротранспортные накладные, счета-фактуры и другие унифицированные первичные документы по учету материалов [10].

2) Регистры синтетического и аналитического учета: Главная книга; учетные регистры по счетам 10 «Материалы», 14 «Резервы под снижение стоимости материальных ценностей», 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей», 16 «Отклонение в стоимости материальных ценностей», 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям», 41 «Товары», 44 «Расходы на продажу», 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», 90 «Продажи», 91 «Прочие доходы и расходы»; карточки складского учета; реестр карточек складского учета; ведомости движения материалов и др.

3) Финансовая (бухгалтерская) отчетность: баланс, отчет о финансовых результатах приложение к бухгалтерскому балансу [8, С.232].

Для обоснованного выражения своего мнения о правильности ведения бухгалтерского учета и достоверности информации в бухгалтерской отчетности производственных запасов аудитор должен получить достаточные для этого аудиторские доказательства. В процессе их сбора, аудитор может применить следующие аудиторские процедуры:

- инспектирование (проверка записей, документов);
- пересчет (проверка точности арифметических расчетов в первичных документах и бухгалтерских записях либо выполнение аудитором самостоятельных расчетов);

- наблюдение (отслеживание аудитором процесса или процедуры, выполняемой другими лицами);
- инвентаризация (проверка сохранности материалов) [6].

Рассмотрим порядок учета товародвижения на примере организации ООО «Легион Авто»

Одним из важных условий успешной работы предприятия является отлаженный механизм учета и контроля движения материально производственных запасов. Для автоматизации учета товародвижения используется программа 1С «Альфа- Авто». С целью достижения корректности учета, снижения рисков гибели, хищения МПЗ приказом по организации утверждается регламент по учету материально производственных запасов. В нем пошагово прописан порядок приемки, оприходования, списания запасов, а также документооборот. Сотрудники организации действуют на основании должностных обязанностей, в которых прописаны их обязанности, мера ответственности.

Организация закупает МПЗ на основании договоров поставки либо договоров купле- продажи. При поступлении товара приемку осуществляют сотрудники склада. Товар поступает с товаросопроводительными документами: ТТН, накладная по форме ТОРГ-12, счет- фактура (если поставщик плательщик НДС). Для начала сотрудник склада принимает товар по количеству мест, проверяет целостность упаковки. Если по количеству мест обнаружены расхождения, либо имеется нарушение целостности упаковки, то создается комиссия по приемке товара, в ТТН делается отметка о расхождениях, либо о нарушении упаковки. Процесс приемки товара комиссией фиксируется на видеокамеру (либо делаются фотографии). По итогам контрольного просчета, если при выявлении расхождений составляется акт ТОРГ-2, который направляется поставщику. В акте может быть отражена недостача товара и брак. После получения акта поставщик выставляет корректирующие документы (корректирующую счет- фактуру).

В случае если по количеству мест расхождений не обнаружено, то сотрудники склада ведут приемку по количеству и качеству товара. С поставщиками налажен электронный документооборот. При поставке товара мы получаем электронные накладные ТОРГ-12 и счет- фактуру. В процессе приемки товара документы загружаются в программу учета товародвижения 1С «Альфа - Авто», каждой товарной позиции присваивается свой каталожный номер (если товар ранее уже поставлялся, то каталожный номер сохраняется прежний), кладовщик, просчитывая товар, сопоставляет фактическое поступление с данными накладной. Если расхождений не обнаружено, то накладная акцептуется. Если обнаружена недостача либо брак, то оформляется акт ТОРГ-2 и направляется поставщику. Поставщик выставляет корректирующий счет- фактуру на сумму недостачи, а по бракованным позициям оформляется либо корректирующий счет- фактура, либо обратная реализация (на усмотрение поставщика). На основании доверенности сотрудник, осуществлявший приемку товара подписывает накладную, распечатывает из

программы 1С «Альфа- Авто» приходный ордер на товар М-4, ставит подпись на нем и передает документы руководителю склада для формирования товарного отчета.

В регламенте также предусмотрен порядок действий при поставке товаров без документов. В таких случаях товар принимается на ответственное хранение по ценам, заявленным в договоре, либо по ценам предшествующих поставок. Руководитель склада направляет в адрес контрагента информационное письмо с просьбой направить документы, либо забрать товар.

По окончании приемки товара его перемещают в зону хранения. За каждым каталожным номером закреплена отдельная ячейка хранения, что позволяет быстро и оперативно найти нужную товарную позицию. Поступивший товар в последующем предназначен для продажи оптом, в розницу, для выполнения работ по ремонту автомобилей. Так при реализации товара юридическому лицу кладовщик оформляет документ ТОРГ-12 и счет- фактуру в 1С «Альфа- Авто». Менеджер заключает договор продажи в котором прописаны условия поставки. Покупатель предъявляет доверенность, забирает товар самовывозом либо наше предприятие осуществляет доставку и тогда оформляется ТТН.

При реализации товара в розницу склад оформляет заказ покупателя. На основании заказа покупателя кассир принимает деньги за товар, оформляет ПКО и пробивает кассовый чек. По факту оплаты склад формирует расходную розничную накладную (товарный чек), клиент расписывается в получении товара, товар выдается со склада. В торговом зале представлены витрины с образцами товара. Данный вид деятельности применяет систему налогообложения ЕНВД. Покупатель может оформить заказ товара (при отсутствии на складе нужной позиции). В таком случае сотрудник склада оформляет заказ - покупателя и покупатель вносит предоплату 50%, получая при этом квитанцию к ПКО и кассовый чек. При поступлении заказанного товара на склад, покупатель информируется ответственным сотрудником о факте поступления заказа, приглашает покупателя за товаром, кассир принимает остаток оплаты и оформляется реализация.

Помимо реализации оптом и в розницу организация осуществляет деятельность по ремонту автомобилей. При обращении клиента в автосалон изначально оформляется предварительный заказ - наряд на ремонт. Стоимость работ доводится до клиента. Если клиента все устраивает, то сотрудники сервиса приступают к работе. При выполнении работ по ремонту автомобилей сервисные консультанты оформляют заказ - наряды. В заказ - нарядах поименованы запасные части, которые были использованы при ремонте автомобиля. Для выполнения работ по ремонту, формируется документ «перемещение товаров в производство» и по нему ответственный исполнитель под роспись получает со склада требуемые ему материалы. По факту выполнения работ мастер цеха проверяет качество выполненных работ и все ли запасные части, указанные в документе перемещение в производство были заменены. После проверки выполненных работ заказ- наряд закрывается, клиент подпи-

сывает его и оплачивает через кассу. Отремонтированный автомобиль передается клиенту.

Ежедневно проводятся выгрузки документов по движению товара из программы 1С «Альфа- Авто» в 1С Бухгалтерия 8.2. Ежедневно руководитель склада формирует товарный отчет по складу, к нему прилагает все первичные документы поступления, перемещения, реализации и списания ТМЦ. Бухгалтер принимает отчет, проверяет наличие всех документов, наличие подписей на документах и правильность их оформления. Бухгалтер при контроле товарного отчета сопоставляет данные накладной торг-12 и приходного ордера на товар М-4, чтобы позиции, стоимость и количество в обоих документах совпадали, чтобы суммы по документам в базах соответствовали бумажному носителю. При обнаружении отклонений данная информация доводится до руководителя склада, он составляет служебную записку в которой указывает позиции, требующие корректировки и после согласования данной записки вносятся корректировки в документ и данный документ повторно выгружается в 1С Бухгалтерия 8.2. Бухгалтер контролирует сальдо ТМЦ на начало дня, обороты за день и сальдо на конец дня, сопоставляя данные в программах 1С Альфа– Авто и 1С Бухгалтерия по суммовым и количественным показателям. Данная система контроля позволяет своевременно исправлять ошибки персонала, осуществлять контроль за сохранностью ТМЦ, избегать злоупотреблений со стороны персонала, предотвращает искажения в отчетности.

При выгрузке документов поступления товаров от поставщика формируются проводки:

Дебет	Кредит	Содержание операций
41	60	Принят к учету полученный от поставщика товар <*>
19	60	Отражен НДС, предъявленный поставщиком
68	19	Отражен налоговый вычет по НДС (при наличии у организации права на вычет)

При выгрузке документов поступления материалов от поставщика формируются проводки:

Дебет	Кредит	Содержание операций
10	60	Принят к учету полученный от поставщика товар <*>
19	60	Отражен НДС, предъявленный поставщиком

68	19	Отражен налоговый вычет по НДС (при наличии у организации права на вычет)
----	----	---

При выгрузке документов реализации товаров покупателю по общей системе налогообложения (автомобилей, юридическим лицам) формируются проводки:

Проводка	Операция
Д 62.01.1 - К 90.01.1	Отражена выручка от реализации товара
Д 90.02.1 - К 41.1	Списана себестоимость товара
Д 90.03 - К 68.02	Начислен НДС

При выгрузке документов реализации розничному покупателю с применением ЕНВД формируются проводки:

Проводка	Операция
Д 62.01.2 - К 90.01.2	Отражена выручка от реализации товара
Д 90.02.2 - К 41.2	Списана себестоимость товара

При выгрузке заказ-наряда на ремонт автомобиля с применением ЕНВД формируются проводки:

Проводка	Операция
Д 62.01.2 - К 90.01.2	Отражена выручка от реализации товара
Д 20.01 - К 10.05	Списаны материалы

В учетной политике организации закреплён метод списания МПЗ способом ФИФО. Для автомобилей предусмотрен способ списания по себестоимости каждой единицы таких запасов.

С целью обеспечения сохранности ТМЦ при смене МОЛа, а также ежегодно, перед составлением годовой отчетностью проводятся инвентаризации. Приказом по предприятию создается комиссия, назначаются сроки проведения инвентаризации, устанавливается дата предоставления документов по итогам инвентаризации и перечень складов, товарных групп, подлежащих инвентаризации. С приказом под роспись ознакамливаются МОЛы и члены комиссии. При передаче документов по итогам инвентаризации бухгалтер проверяет корректность оформления документов, полноту пакета документов, наличие подписей ответственных лиц. В случае, если в ходе инвентаризации выявлены недостача или излишки, то МОЛы предоставляют объяснительные записки по факту недостачи или излишек. По приказу руководителя проводится удержание с материально ответственных лиц на сумму недостачи по себестоимости ТМЦ и проводится списание недостающих позиций. При об-

наружении излишек проводится оприходование товара, в учете отражаются доходы.

Наша организация подлежит обязательному аудиту. По окончании года мы заключаем договор с аудиторской компанией, по их запросу формируем пакет документов и направляем его в их адрес. Аудиторская компания проводит анализ предоставленных документов, бухгалтерской и налоговой отчетности, итогов инвентаризаций, оценивает систему внутреннего контроля, своевременность и правильность отражения событий на счетах учета, формирует аудиторское заключение, предоставляют письменную информацию по результатам аудиторской проверки.

Литература

1. *Анализ товарных запасов и оборачиваемости товаров* / [Электронный ресурс] // <http://www.grandars.ru>.
2. Баев, Ю.А. *Теория бухгалтерского учета: учебник для вузов*/ Ю. А.Бабаев. 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 304 с.
3. *Студопедия/ Понятие запасов, их классификация и задачи бухгалтерского учета* / [Электронный ресурс] // <http://studopedia.org>.
4. Полковский, А.Л. *Бухгалтерское дело: учебник для бакалавров* / А.Л. Полковский; под ред. проф. Л. М. Полковского. — М.: Издательско- торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 288 с.
5. Сорокина, Е.М. *Бухгалтерский (финансовый) учет: вопросы, тесты и задачи: учеб. пособие*/Е.М. Сорокина, Я.В. Путырская, М.П. Хомкалова. — М.: Финансы и статистика, 2010. — 160 с.
6. Лукьянова, С.А. *Бухгалтерский (финансовый) учет: учеб. пособие.* — Ч.2/С.А. Лукьянова. — Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2011. — 156 с.
7. Миславская, Н.А. *Бухгалтерский учет: учебник.*/ Н.А. Миславская, С.Н. Поленова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014.— 592 с.
8. Суглобов, А.Е. *Аудит: учебник* / А. Е.Суглобов, Б. Т. Жарылгасова, В.Ю. Савин [и др.]; под ред. д.э.н., проф. А. Е. Суглобова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 368 с.
9. Косолапова, М. В. *Теория бухгалтерского учета. Нормативное обеспечение дисциплины: учебно-практическое пособие для самостоятельной работы* / М. В. Косолапова. — 3-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2011. — 280 с.
10. ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов» (приказ Минфина России от 09.06.01 №44н) / [Электронный ресурс] /Консультант Плюс // <http://www.consultant.ru/>.

Правовое обеспечение деятельности муниципальных органов в сфере сервисной деятельности

К.А. Алкамян, студент

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Россия

Научный руководитель: О.В. Приказчикова, к. ист. н.

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Россия

Аннотация. В статье раскрывается понятие сервисной деятельности и роль органов местного самоуправления играющая в нем определяющую и важную роль. Даются определения разновидностей сервисной деятельности и ее виды. Рассмотрено федеральное законодательство регулирующее развитие сервисной деятельности.

Ключевые слова: полномочия органов самоуправления, компетенция органов местного самоуправления.

Abstract. The article reveals the concept of service activities and the role local governments plays in this decisive and important role. Provides definitions of the varieties of service activities and its types. Reviewed Federal legislation regulating the development of service activities.

Keywords: the powers of self-government, the competence of local authorities.

В современном мире в экономике очень многих стран наблюдается растущая роль органов местного самоуправления в различных сферах сервисной деятельности.

Под сервисной деятельностью понимается активное содействие удовлетворению индивидуальных и коллективных потребностей людей в различных сферах повседневной жизни через формы услуг. Потребность - это потребность в предметах или условиях, необходимых для поддержания жизнедеятельности человека. Когда нужда соотносится с потребностью, то превращает состояние нужды в потребность, а ее объект - в предмет этой потребности и тем самым порождает активность, направленность как психическое выражение этой потребности.

Сервисное правоотношение – это взаимодействие сервисной организации и потребителя. В процессе продвижения, продажи и предоставления услуг сервисная организация тесно взаимодействует с потребителем. В этих случаях они обеспечивается законом.

Понятие потребности используется в трех значениях:

- а) объекта внешней среды,
- б) состояния психики
- в) фундаментальных свойств личности

Потребности классифицируются на биологические, социальные и идеальные. Классификация потребностей отличается огромным разнообразием.

Сервисная организация взаимодействует с потребителем в процессе продвижения, продажи и предоставления услуги: «обе стороны обладают при этом взаимными правами и обязанностями; мера возможного и должного в этих случаях обеспечивается законодательством РФ, регулирующим сферу сервиса; для обеспечения успешной работы сервисной организации ее сотрудники должны быть вооружены всесторонним знанием нормативно-правовых аспектов сервисной деятельности» [1].

Основные методы удовлетворения потребностей человека и их характеристику представим в виде таблицы (см. таблицу 1).

Таблица 1 - Основные методы удовлетворения потребностей человека

Наименование метода	Характеристика
Абонементное обслуживание	Абонементное обслуживание - заказчик, заключив договор с предприятием сервиса, получает право на ремонт, например, своей бытовой техники в течение срока действия договора
Бесконтактное обслуживание	Бесконтактное обслуживание - в подъездах жилых домов (общежитий) предприятие сервиса устанавливает контейнеры-накопители.
Обслуживание с помощью обменных фондов машин и приборов	Владелец, например, неисправной бытовой техники получает в обмен уже отремонтированную аналогичную технику. Клиент оплачивает только стоимость ремонта.
Обслуживание на дому	Социальные работники и медсестры отделений помогают клиентам в получении всех льгот и всех видов материальной и натуральной помощи.
Прием заказов по месту работы	Прием заказов по месту работы состоит в том, что на том или ином предприятии фирма бытового обслуживания организует прием заказов на некоторые виды услуг - химчистку, стирку, ремонт бытовых приборов, обуви и т.п. Туда же привозят отремонтированные и чистые изделия.
Самообслуживание	Самообслуживание позволяет населению удовлетворять свои потребности в бытовых услугах собственными силами.
Выездное обслуживание	Широко применяется этот метод обслуживания для оказания услуг населению в сельской местности, где отсутствуют стационарные предприятия сервиса.

В основные критерии качественного обслуживания входят ориентация на клиента; соблюдение культуры обслуживания; соблюдение норм; ценовая стратегия и качество обслуживания.

Поскольку стороны при оказании услуги вступают в договорные отношения, их взаимодействие регулируется Гражданским кодексом Российской Федерации.

Требования, которые необходимо соблюдать при осуществлении сервисной деятельности, регулируются Федеральным законом «О лицензировании отдельных видов деятельности». К примеру, требования, осуществляющие для услуг пассажирского транспорта:

1) Документация. Например, если какого-нибудь обязательного документа не будет у водителя, то это не только затрудняет поездку, но также и ведение отчетной документации самой транспортной компании;

2) Транспорт должен соответствовать всем техническим требованиям, которые предъявляются законодательством;

3) Ответственность водителей за перевозку людей.

Сферу сервиса характеризуют, как «совокупность отраслей производственной и непроизводственной сферы, объединенных общностью выполняемой функции - непосредственного удовлетворения потребностей населения в услугах». Основные виды сервисной деятельности представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 - Основные направления деятельности в сфере услуг

Лицензирование сервисной деятельности осуществляется на основании Федерального закона «О лицензировании отдельных видов деятельности». В статье 12 – «Перечень видов деятельности, на которые требуются лицензии», определены «виды деятельности, для осуществления которых необходимо наличие лицензии, среди них есть и другие виды услуг (правовые, медицинские, образовательные, туристские и т.д.), также даны понятия и подходы к лицензированию этих видов сервисной деятельности» [2].

Закон РФ «О защите прав потребителей» образно называют «конституцией потребителей» так как он устанавливает «права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни и здоровья, на получение информации о товарах (работах, услугах) и

об их изготовителях, права потребителей на просвещение, на государственную и общественную защиту интересов, а также определяет механизм реализации этих прав» [3].

Право на удовлетворение базовых потребностей означает, что: «в первую очередь должны удовлетворяться базовые, витальные потребности человека - в пище, воде, воздухе, тепле, одежде, жилище, безопасности; право на выбор реализуется в условиях рыночной экономики ориентацией на потребности, запросы людей – потребителей товаров и услуг; производитель и исполнитель услуги предлагает, но не навязывает услугу, выбор остается за потребителем» [1].

Право потребителя на качество (товаров, услуг, работ) обеспечивается тем, что обязательные требования к качеству установлены в стандартах на производство товаров или услуг, имеется срок службы, гарантийный срок, обеспечено послегарантийное обслуживание.

Право на безопасность означает, что «услуга, товар не могут нанести ущерб жизни и здоровью потребителя, а также окружающей среде; должны быть предусмотрено: недопущение услуг, способных принести вред, и предотвращение вреда от уже реализуемых услуг или товаров, если же вред нанесен, то вступает в силу право на возмещение ущерба, вреда – материального и морального» [1].

Право на информацию: потребителю должна быть предоставлена в доступной и наглядной форме необходимая и достоверная информация об услугах (товарах), об изготовителе, о порядке приобретения и использования.

Право потребителя быть выслушанным означает обязанность производителя принять и рассмотреть в определенном порядке любую претензию по поводу услуги или товара.

Право на потребительское образование обеспечивается целой системой мероприятий по распространению знаний, по созданию соответствующих образовательных программ обучения потребителей в системе школьного и вузовского образования, на уровне местных и федеральных органов государственной власти.

Все выше перечисленные нормативно-правовые аспекты необходимо иметь в виду, при организации работы сервисной организации по предоставлению услуг.

В своей деятельности по организации сервисной деятельности муниципальные органы руководствуются Квалификационными требованиями к основным должностям работников сферы сервиса. Работникам сервисной деятельности необходимо знать, что для того чтобы обеспечить качество услуг, нужно достичь конкурентоспособности организации на рынке.

Требования по качеству, безопасности услуг устанавливаются в стандартах, нормах и правилах, которые утверждаются контролирующими органами РФ на основании Федерального закона «О стандартизации в Российской Федерации» [4].

Управление рекламной продукцией сервисной организации учитывает

правовые нормы, регулирующие рекламную деятельность. Правовые отношения в сфере коммерческой рекламы на рынках товаров, работ и услуг регулируются ФЗ РФ «О рекламе» [5]. Рекламная деятельность сервисной организации регулируется на местном уровне ФЗ РФ «О местном самоуправлении в Российской Федерации» [6].

Таким образом, попытки российских предпринимателей развивать сферу услуг является более чем оправданным, так как потребности человеческие неисчерпаемы и обладают свойством развития и обновления по мере социализации человека.

Литература

1 Велединский В.Г. *Сервисная деятельность : учебник.* — М.: Кнорус, 2010. — 176 с.

2 ФЗ РФ «О лицензировании отдельных видов деятельности» // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_113658/

3 Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. № 2300-1 (ред. от 03.07.2016 г.) // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

4 ФЗ РФ «О стандартизации в Российской Федерации» от 29.06.2015 г. № 162-ФЗ (действующая редакция, 2016 г.) // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_181810/

5 ФЗ РФ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ (действующая редакция, 2016 г.) // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

6 ФЗ РФ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ (действующая редакция, 2016 г.) // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571

Проблемы правового регулирования реорганизации юридического лица

*Л. Ф. Мухарамова, студентка
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель – О. С. Лазарева, к.э.н., доцент*

Аннотация. В статье рассмотрен процесс реорганизации юридического лица и его экономические предпосылки. Также рассмотрены виды реорганизации. Выявлены группы проблем в результате анализа судебной практики по вопросам реорганизации.

Ключевые слова: реорганизация, правовое регулирование, судебная практика, предпосылки, Арбитражный суд, последствия.

Abstract. The article describes the process of reorganization of the legal entity and its economic background. Also considered types of reorganization. The groups of problems as a result of the analysis of judicial practice on reorganization issues.

Keywords: reorganization, legal regulation, litigation, premises, Arbitration court, consequences.

Развитие социально-экономических отношений связано с постоянными процессами создания и реорганизации юридических лиц. Реорганизация юридических лиц является достаточно распространенным явлением во всем мире. Заглянув в историю можно проследить, что расцвет процессов по реорганизации всегда приходится на кризисные времена в истории конкретной страны или мира в целом. Проблема не в том, что реорганизация юридических лиц происходит в различных видах, а в последствиях этих реорганизаций для лиц, чьи права были затронуты в процессе реорганизации. [1, С.218] В настоящее время в нашей стране наблюдаются кризисные явления. Связав упомянутые выше мысли, можно сказать о том, что для России в настоящее время характерен бум процессов по реорганизации. Следовательно, тема статьи является актуальной для Российской Федерации в настоящий момент, так как с 2014 года в России наблюдаются кризисные процессы.

К законодательным актам, регулирующим процессы реорганизации юридических лиц можно отнести статьи: 57, 58, 59, 60, 60.1, 60.2, 68, 92, 104, 106.6 ГК РФ (30 ноября 1994 года N 51-ФЗ, редакция 03.07.2016); 51 – 56 Федерального закона от 08.02.1998 N14-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «Об обществах с ограниченной ответственностью» (с изменениями и дополнениями вступил в силу с 01.09.2016); 15 – 19.1 Федерального закона от 26.12.1995 N208-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «Об акционерных обществах» (с изменениями и дополнениями вступил в силу с 01.09.2016).

В настоящее время Российское законодательство выделяет пять видов реорганизации: слияние, присоединение, разделение, выделение преобразование [4]. Рассмотрим предпосылки расцвета процессов по реорганизации во время кризиса по всем ее видам. К предпосылкам для реорганизации можно отнести диверсификацию производства, возможность удержаться на рынке, оптимизацию производства, возможность создания концернов, конгломератов и увеличения прибыли и др.

Правовое регулирование реорганизации юридических лиц осуществляется с использованием общих механизмов правового регулирования путем принятия государственными органами в рамках их компетенции и в установленном порядке системы законодательных и нормативных актов. [3, С. 115]

При существующем в российском законодательстве положении сфера действия специального закона определяется конкретной организационно-правовой формой, которой и посвящается закон. В таком случае вопросы, связанные с реорганизацией коммерческих организаций, в результате кото-

рой создается организация в иной (по отношению к регулируемой данным законом) форме, не находят правовой базы. В реформировании нуждается не только специальное законодательство, посвященное отдельным организационно-правовым формам, но также и ГК в части, посвященной реорганизации юридических лиц. Следовательно, одной из наиболее важных и актуальных проблем гражданско-правового регулирования юридических лиц является полное, детальное и системное описание порядка и условий их реорганизации. Так как данный этап в существовании юридического лица, влечет последствия для большого числа заинтересованных лиц: кредиторов, учредителей (участников), а также такое регулирование играет значительную роль в обеспечении устойчивости гражданского оборота в государстве. [1, С. 219] Экономический рост, так же как и кризисные явления в экономике, понуждал коммерческие юридические лица, в том числе к изменению тактики и стратегии ведения бизнеса. К числу таких изменений относится и реорганизация.

Проанализировав судебную практику по вопросам, касающимся реорганизации юридических лиц, можно выявить 4 группы обращающихся в суды с проблемами, возникшими после реорганизации.

Самой существенной группой проблем являются проблемы с контрагентами, к которым относятся кредиторы, арендаторы, подрядчики. Данная группа проблем составляет 51 % от всех обращений в Арбитражный суд (за период 2014-2016 гг.) по вопросам о признании реорганизации недействительной. Суть проблемы заключается в том, что имея определенные обязательства по договору перед контрагентами, юридическое лицо принимает решение о реорганизации и чаще всего это решение принимается не с целью оптимизировать производство и увеличить прибыль, а с целью избежать обязательств перед контрагентами.

В статье 60 ГК РФ «Гарантии прав кредиторов реорганизуемого юридического лица»: говорится о том, что кредитор юридического лица вправе потребовать досрочного исполнения обязательства должником, а при невозможности досрочного исполнения - прекращения обязательства и возмещения связанных с этим убытков. Согласно ст. 59 ГК РФ, передаточный акт должен содержать положения о правопреемстве по всем обязательствам реорганизованного юридического лица в отношении всех его кредиторов. Про обязанность реорганизуемого юридического лица уведомить всех кредиторов о принятии решения о реорганизации в ГК РФ не говорится. Судебная практика показывает, что не всегда требования кредиторов и прочих контрагентов о погашении задолженности бывают удовлетворены, реорганизация юридического лица происходит беспрепятственно и контрагенты вынуждены обращаться в Арбитражный Суд уже после произошедшей реорганизации с иском о признании реорганизации недействительной. Судебная практика показывает, что в большинстве случаев таких обращений кредитору было отказано в удовлетворении иска.

Не менее важной группой проблем являются обращения различных служб по поводу признания реорганизации недействительной по причине то-

го, что в регистрирующий орган были поданы ложные сведения о юридическом лице, а в полномочия инспекции Федеральной налоговой службы, осуществляющей прием документов при реорганизации, не входит проверка достоверности предоставленных сведений. Эта группа составляет 30% от всех обращений в Арбитражный суд (за период 2014-2016 гг.) по вопросам о признании реорганизации недействительной.

Согласно Федеральному закону «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 N129-ФЗ обязанность по проведению проверки достоверности сведений, вносимых в учредительные документы участниками юридического лица, и экспертизы представленных документов на регистрирующий орган не возложена.

Такого рода упущение законодательства делает возможным фальсификацию документов, чем очень часто пользуются руководители юридических лиц, желающие провести реорганизацию, которая по факту является незаконной, но так как регистрирующий орган проверку не производит, реорганизация проходит успешно. В этом случае на юридическом лице, предоставившем недостоверные сведения, лежит административная ответственность. Однако судебная практика показывает, что если в суд обращаются лица, права которых были нарушены при данной реорганизации, то она признается недействительной.

Третьей группой обращающихся с проблемами, возникшими при реорганизации юридического лица, являются акционеры, которые имели акции в прежнем юридическом лице и лишились их в реорганизованном (без их ведома, т.е. неправомочно) юридическом лице. В судебной практике процент подобных нарушений велик – 19 % от всех обращений в Арбитражный суд (за период 2014-2016 гг.) по вопросам о признании реорганизации недействительной.

Четвертой группой обращающихся являются работники реорганизованного юридического лица. Российское трудовое законодательство крайне слабо защищает работников при процессах реорганизации. При буквальном толковании статьи 75 ТК вывода о правопреемстве при реорганизации сделать нельзя, поскольку новое юридическое лицо становится новым работодателем, оно не расторгает, а просто избегает заключения новых трудовых договоров с теми работниками, с которыми не захочет этого сделать. Этот вывод подтверждает судебная практика, в ряде случаев трактующая ст. 75 ТК именно как предусматривающую правопреемство работодателя в отношении трудовых договоров. Неудачность формулировки ст. 75 подтверждается и противоречиями в судебных решениях. Противоречия выражаются тем, что каждая следующая судебная инстанция принимает решение по подобным спорам, прямо противоположное решению предыдущей.

Для исправления выявленных недостатков можно предложить следующее. Необходима поправка в законодательство, касающаяся уведомления кредиторов о принятии решения о реорганизации (в письменном формате). Также необходимо ввести орган, осуществляющий проверку достоверности

предоставленных юридическим лицом сведений, либо возложить эту обязанность на регистрирующий орган. Требуется ужесточение ответственности членов акционерного общества за неуведомление всех членов общества о проведении собрания акционеров (в том числе по вопросам о реорганизации) и ужесточение ответственности юридических лиц, предоставивших недостоверные сведения в регистрирующий орган.

Таким образом, можно прийти к выводу о том, что актуальность темы статьи возрастает в современных условиях экономической нестабильности. В настоящее время реорганизация востребована российскими предприятиями как инструмент оптимизации бизнеса и выживания, однако стоит учитывать, проблемы, возникающие при реорганизации юридических лиц, и следовать предписаниям законов, которые существуют в России на данный момент, несмотря на несовершенства этих законов.

Литература

1. Куц О. Д., Лазарева О. С. Сущность реорганизации и последствия ее оспаривания //Символ науки. 2016. №6. С. 218-221
2. Пилипенко А. В., Лазарева О. С. Субъекты малого предпринимательства: понятие и классификация / *The Seventh International Conference on Economic Sciences Proceedings of the Conference*. 2015. С. 47-52
3. Корпоративное право: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030501 «Юриспруденция» / под ред. И. А. Еремичева, Е. А. Павлова. – 2-е изд, перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, Закон и право, 2012. – 499 с.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (редакция 03.07.2016)
5. Об обществах с ограниченной ответственностью [Текст]: Федеральный закон от 08.02.1998 N14-ФЗ (ред. от 03.07.2016)
6. Об акционерных обществах [Текст]: Федеральный закон от 26.12.1995 N208-ФЗ (ред. от 03.07.2016)
7. <http://www.arbitr.ru/> Арбитражный суд РФ
8. <http://git56.rostrud.ru/> Государственная инспекция труда в Оренбургской области

Реализация стратегических программ государства в сфере занятости населения в Республике Казахстан

*Д.А.Еркебаева, магистрант,
Актюбинский Университет им.С.Баишева, Республика Казахстан*

Аннотация. Население является источником государственного потенциала страны, способствующее достижению стратегических планов. Благополучие населения - залог успешной реализации программ занятости в усло-

виях рыночной экономики. Главная задача государственного регулирования заключена в реализации поставленных целей и задач в рамках современных и действующих реалий.

Ключевые слова: реализация государственных программ, занятость, благополучие населения.

Abstract. The population is the source of the state country's capacity, challenged for a real achievement of strategic plans. Population's well-being is a pledge of successful implementation of an employment program market-driven economy. The main target of state regulation is an objective and purpose accomplishment within modern operating realities.

Keywords: government's program realization, employment, population's well-being.

Современные тенденции развития Республики Казахстан в условиях рыночной экономики подразумевают ряд конструктивных, упорядоченных и последовательных шагов для осуществления единой государственной стратегии – войти в «30-ку самых развитых стран мира». Для ее реализации разработаны и внедрены ряд долгосрочных и оперативных стратегий в формате государственных программ.

Одним из приоритетных направлений долгосрочной стратегии развития Республики Казахстана является укрепление государственности путем стабильного и сплоченного единства народа.

Основной объект государственной демократии – народ, следовательно, немаловажную роль в укреплении государственного уклада является социальная защищенность и стабильно-благополучная жизнеспособность нации, ее активная деятельность, поддержка уязвимых слоев населения, содействие моральному этическому воспитанию и оздоровлению.

Первостепенно, необходимо выделить **Стратегию «Казахстан -2050»**, утвержденной Президентом Республики Казахстан, Лидером нации Назарбаевым Н.А., в которой определены основные институциональные задачи страны, предусматривающие реализацию семи долгосрочных приоритетов:

1.Экономическую политику нового курса путем всеобъемлющего экономического прагматизма на принципах прибыльности, возврата от инвестиций и конкурентоспособности.

2.Всестороннюю поддержку предпринимательства, которая является ведущей силой национальной экономики.

3. Новые принципы социальной политики, социальные гарантии и личная ответственность.

4.Знания и профессиональные навыки, являющиеся ключевыми аспектами в современной системе образования, подготовки и переподготовки кадров.

5.Дальнейшее укрепление государственности и развитие казахстанской демократии.

6.Последовательная и предсказуемая внешняя политика, укрепление региональной и глобальной безопасности.

7.Укрепление основного показателя многонационального и многоконфессионального общества, то есть нового духа патриотизма. [1]

Реализация данной стратегии подкреплена многими национальными программами, которые мы рассмотрим обособленно, в частности, ответами на вопросы социализации и содействия благополучной жизнестойкости нации, ее активному росту и производительности труда.

Так, общегосударственная программа инфраструктурного развития «Нұрлы жол» на 2015 - 2019 годы, целью которой является формирование единого экономического рынка и реализация антикризисных мер по поддержке отдельных секторов экономики в условиях ухудшения конъюнктуры на внешних рынках, планирует достижение следующих целевых индикаторов:

- 1) повышение доступности жилья для граждан;
- 2) развитие инфраструктуры сферы образования;
- 3) повышение конкурентоспособности субъектов агропромышленного комплекса;
- 4) обеспечение инфраструктурой проектов Дорожной карты бизнеса - 2020;
- 5) в 2015 - 2019 годах создание рабочих мест на 395,5 тыс. чел. [2]

Наряду с данными амбициозными, но достижимыми планами, закрепленные схожими реформами в сфере труда и социальной защиты, к примеру, «Стратегия развития Казахстана до 2030года» планирует, что к 2020 году страна будет обладать человеческими ресурсами, необходимыми для развития диверсифицированной экономики, а также иметь инфраструктуру обслуживающая отечественных предпринимателей и экспортеров.

Однако, проблемы занятости населения, безработицы и мобильности трудовых ресурсов всегда остаются в центре внимания научной, общественной, политической и хозяйственной деятельности соответствующих ведомств, организаций и предприятий Республики Казахстан. Они приобретают все большую актуальность на современном этапе глобального экономического кризиса. [3]

Для формирования более гибкого рынка труда, обеспечивающая возможность долгосрочной реструктуризации и повышении эффективности экономики в целом, Министерством труда и социальной защиты населения Республики Казахстан проводится работа по совершенствованию существующих нормативных правовых актов, предусматривающих повышение эффективности государственного регулирования в сфере занятости и социальной защищенности населения, баланса рынка труда, адресности социальной поддержки безработных в условиях либерализации трудовых отношений и улучшения качества оказания государственных услуг в сфере труда [4]

Сегодня достаточно прозрачно виден алгоритм контроля со стороны ответственных ведомств государства в вопросах корректного оформления заня-

тости населения работодателями, которым можно найти подтверждение по следующим основаниям:

1) с 01 января 2016 года введен новый Трудовой Кодекс Республики Казахстан, регулирующий социально-правовую ответственность сторон трудовых отношений; [5]

2) общедоступность к информационным площадкам в сфере занятости населения, к примеру, внедрен портал «Работа» www.enbek.kz - специализированный интернет-ресурс по вопросам трудоустройства в Казахстане, где предоставлена возможность размещения объявления о вакансии и резюме;

3) ежемесячное проведение крупномасштабных ярмарок вакансий местными исполнительными органами – оперативное взаимодействие между работодателем и соискателем;

4) взаимодействие структур по форсированному инновационно-индустриальному развитию с ведомствами по труду и социальной защите населения;

5) обособленное внимание государства занятости молодежи и субсидированию социальных рабочих мест;

6) (с 01 января 2017 года) введены налоговые сборы за привлечение иностранной рабочей силы, размеры которых возрастают по мере убывания привлекаемой категории рабочей силы, чем она ниже, тем выше ставка налогового сбора. [6]

В целях реализации стратегических программ, законодательно закреплены требования к работодателям:

1) направлять центру занятости населения сведения о наличии свободных рабочих мест (вакантных должностей) в течение трех рабочих дней со дня их появления с указанием условий труда и оплаты;

2) предоставлять центру занятости населения в полном объеме информацию о предстоящем высвобождении работников;

3) возмещать расходы центра занятости населения на оплату профессионального обучения, выплату стипендии и материальной помощи участнику активных мер содействия занятости;

4) своевременно (в течение пяти рабочих дней со дня направления для трудоустройства) извещать центр занятости населения о приеме на работу или об отказе в приеме на работу путем соответствующей отметки в направлении (с указанием причины в случае отказа в приеме на работу);

5) своевременно (в течение пяти рабочих дней со дня направления для трудоустройства) извещать центр занятости населения о приеме на работу или об отказе в приеме на работу путем соответствующей отметки в направлении (с указанием причины в случае отказа в приеме на работу);

6) защищать любые формы дискриминации и равенство возможностей в получении профессии и работы, выборе условий занятости и труда;

7) разработаны программы и законопроекты, позволяющие большинству оралманам (этническим казахам-репатриантам) вернуться на историческую родину;

8) усилена деятельность и расширены полномочия профессиональных союзов, защищающих интересы работников, как на отраслевом, так и на региональном рынке труда. [4]

Одновременно, Кодексом об административных правонарушениях Республики Казахстан ужесточены меры и штрафные санкции к Работодателям, нарушивших указанные требования:

1) непредоставления уполномоченному органу информации о предстоящем высвобождении работников в связи с ликвидацией работодателя либо прекращением деятельности работодателя, сокращением численности или штата, снижением объема производств и выполняемых работ и услуг, повлекшим ухудшение экономического состояния работодателя;

2) непредставления, несвоевременного представления уполномоченному органу сведений о наличии свободных рабочих мест (вакантных должностей);

3) непредставления, несвоевременного извещения о приеме на работу или отказе в приеме на работу;

4) невыполнения установленной квоты рабочих мест для инвалидов, лиц, состоящих на учете службы пробации, а также лиц, освобожденных из мест лишения свободы, и граждан из числа молодежи, потерявших или оставшихся до наступления совершеннолетия без попечения родителей, являющихся выпускниками организаций образования;

5) непредставления уполномоченному органу сведений о количестве прошедших профессиональную подготовку, переподготовку и внутрипроизводственное обучение с указанием полученной специальности и квалификации. [7]

Таким образом, стратегическое исполнение государственных программ в сфере занятости способствует положительной динамике процессов социальной поддержки населения в разрезе пятилетки последних лет по следующим индикаторам (Таблица 1):

Таблица 1. Основные индикаторы рынка труда в РК за 2012-2016 гг. [8]

	2012г	2013г	2014г	2015г	За 3 квартала 2016г
Численность населения, тыс. чел	16673,077	16909,766	17160,744	17417,673	17926,5
Занятое население, тыс. чел	8507,1	8570,6	8510,111	8623,811	8586,6
Наемные работники, тыс. чел	5813,7	5949,7	6109,7	6294,9	6361,3
Самостоятельно занятые работники, тыс. чел	2693,4	2621,0	2400,4	2328,9	2225,4
Безработное население, тыс. чел	474,8	470,7	451,911	451,111	444,7

Продолжение таблицы 1

Число зарегистрированных в органах занятости в качестве безработных, тыс. чел	34,63	30,03	33,43	34,6	
Уровень безработицы, в %	5,3	5,2	5,0	5,0	5,0

Схематично выделены основные компоненты системы индикаторов безработицы и занятости населения. Уровень безработицы стабильно остается на уровне 5,0%, при учете демографической прогрессии населения; занятостью обеспечено более 90% всего населения Республики Казахстан, в том числе самостоятельно занятое население по регионам. (Рисунок 1).

Рисунок 1. Уровень безработицы по регионам Республики Казахстан по состоянию на 3 квартал 2016 года [8]

Немаловажную роль в формировании ряда экономически активного населения занимает занятость молодежи. Результаты борьбы с безработицей молодого поколения в возрасте от 14 до 29 лет, а также поколения среднего возраста в рамках реализации программы **«Дорожная карта занятости 2020»** (далее «ДКЗ 2020») с 2011 по 2016 годы явились основополагающим компонентом работы ведомств по занятости населения.

Рисунок 2. Реализация проекта «Дорожная карта занятости 2020» - 3 направление:

По данным статистики, за эти годы свыше 111 тыс. человек были привлечены на социальные рабочие места, из них 77,6 тыс. впоследствии трудоустроились на постоянную работу. На молодежную практику (стажировка молодежи до 6 месяцев за счет государства) были направлены 91 тыс. молодых граждан, из них смогли трудоустроиться 57,4 тыс. человек (Рисунок 2).

При этом на имеющиеся в базе вакансий свободные рабочие места были трудоустроены более 344,6 тыс. человек. Реализация «ДКЗ 2020» позволила удержать безработицу в Казахстане на **уровне 5%** (Рисунок 3). [9]

Рисунок 3. Реализация проекта «Дорожная карта занятости 2020» - уровень безработицы за 2008 -2016года.

Для казахстанской молодежи характерен высокий образовательный уровень. Число молодежи, имеющей высшее образование, за последнее десятилетие выросло в 3 раза, среднее специальное образование почти в 2 раза. Число сельской молодежи, имеющей высшее образование, выросло в 6 раз, городской – в 4 раза. В целом, высшее, незаконченное высшее и средне-специальное образование имеют почти 40 % казахстанской молодежи. [9]

Обобщив вышесказанное, хочется особо отметить положительную динамику основных показателей развития социальной направленности проектов, выделив несколько из них:

- 1) применены самые современные и модернизированные рычаги информирования населения в сфере занятости;
- 2) защищен местный рынок труда, внедрением системы налоговой нагрузки для работодателей при привлечении иностранной рабочей силы;
- 3) доступна система инспектирования прозрачности найма безработных граждан путем внедрения форм отчетностей для работодателей;
- 4) стабильно выделяется более 40% республиканского бюджета для поддержки социальных проектов;
- 5) систематически интегрируются и модернизируются государственные программы для борьбы с безработицей;
- 6) выделяются субсидии в связи с сокращением либо простоем предприятий.

В целом, к настоящему времени на улучшение социально-экономических условий, становление и всестороннее развитие будущих поколений направлены не только специальные молодежные, но и реализуемые в стране масштабные государственные программы развития образования, здравоохранения, языков, форсированного индустриально-инновационного развития.

Государство Казахстана в процессе экономической модернизации уделяет особое внимание вопросу формирования принципиально новой модели трудовых отношений, сочетающую в себе поддержку предпринимательства с учетом интересов работников, защиту интересов всех социальных ниш населения Республики, которые можно выделить следующим алгоритмом:

- 1) начало запуска программы «Цифровой Казахстан», которая будет способствовать развитию коммуникаций и обеспечит повсеместный доступ к оптоволоконной инфраструктуре;
- 2) бесплатное профессионально-техническое образование. С 2017 года такое образование будет доступно и безработной молодежи, и людям постарше, не имеющих профобразования;
- 3) будет введено обязательное обучение и преподавание других предметов из курса старших классов в школах Казахстана на английском языке;
- 4) будет направлено внимание на развитие сельского хозяйства. Планируют вывести Казахстан в число крупнейших в мире производителей аграрной продукции, соответственно, позволит создать новые рабочие места. [10]

Казахстан является страной, умеющая преодолевать трудности, задающая принципиально новый курс в развитие сильной нации, которая в будущем сможет отвечать вызовам мирового сообщества и сбалансировать существующий порог бедности грамотной и современной политикой страны. Безработица всегда будет и остается угрозой нации, слабым звеном в становлении

сильного государства. Несомненно, важным аспектом социального благополучия станет непрерывная борьба с бедностью и безработицей, в которой государство должно одержать неоспоримую победу.

Литература

1. *Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства;*
2. *Государственная программа инфраструктурного развития "Нұрлы жол" на 2015-2019 годы и внесения дополнений в Указ Президента Республики Казахстан от 19 марта 2010 года № 957 "Об утверждении Перечня государственных программ";*
3. *Стратегия развития Казахстана до 2030 года;*
4. *Закон «О занятости населения» (утвержден Постановлением №482-V ЗРК от 6 апреля 2016 года);*
5. *Трудовой Кодекс Республики Казахстан №414-V от 23 ноября 2015г;*
6. *Правила и условия выдачи и (или) продления разрешений работодателям на привлечение иностранной рабочей силы, а также осуществления внутрикорпоративного перевода (утверждены приказом Министра здравоохранения и социального развития Республики Казахстан № 559 от 27 июня 2016 года);*
7. *Кодекс Республики Казахстан «Об административных правонарушениях» (утверждены Постановлением № 235-V ЗРК от 5 июля 2014 года);*
8. *Данные с официального сайта Комитета по статистике РК <http://www.stat.gov.kz>;*
9. *Данные с официального сайта Министерства труда и социальной защиты населения <http://www.enbek.gov.kz>;*
10. *Данные с официального сайта Правительства РК <http://www.akorda.kz>.*

Основные проблемы регулирования трудовых отношений

*Е.А Демиденко, студент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель - О.С Лазарева, к.э.н., доцент*

Аннотация. В данной статье речь идет о трудовых спорах, разногласиях между трудящимися и работодателями. Рассмотрены различные примеры судебной практики и представлена статистика трудовых разбирательств.

Ключевые слова: Труд, трудовые ресурсы, работник, работодатель.

Abstract. In this article it is about labor disputes, disagreements between workers and employers. Various examples of jurisprudence are reviewed and the statistics of labor trials is presented.

Keywords: Work, manpower, worker, employer.

Актуальность данной статьи состоит в том, что трудовых споров нашей стране не становится меньше, а наоборот их число растет. Трудовые споры возникают при разных экономических, юридических и социальных предпосылках. Каждый из этих элементов имеет тесную связь между собой, что в итоге образует конечную проблемную, конфликтную ситуацию при современном законодательстве. На протяжении длительного времени судебная статистика рассмотрения трудовых споров демонстрирует, что чаще всего исковые требования работников удовлетворяются. Однако это вовсе не означает, что «работник всегда прав». Зачастую первопричиной «поражения» работодателя в судебном процессе скрывается в недостаточном понимании значения требований закона.

Трудовые ресурсы представляют собой категорию, занимающую промежуточное положение между экономическими категориями «население» и «совокупная рабочая сила». В количественном отношении в состав трудовых ресурсов входит все трудоспособное население, занятое независимо от возраста в сферах общественного хозяйства и индивидуальной трудовой деятельности. В их состав включаются также лица трудоспособного возраста, потенциально способные к участию в труде, но занятые в домашнем и личном подсобном хозяйстве, на учебе с отрывом от производства, на военной службе.

Любой хозяйствующий субъект основывается на трех видах экономических ресурсов - это основные производственные фонды, оборотные средства и трудовые ресурсы. Если основные производственные фонды и оборотные средства проблемы есть, но они могут решаться вне судебного процесса, то трудовых ресурсах не все так просто. Остановимся подробнее на последнем экономическом ресурсе.

Под редакцией Черненковой Т. В. определение трудовых ресурсов как экономическая категория определяется трудоспособная часть населения страны, которая, обладая необходимым физическим и интеллектуальным развитием, способна производить материальные блага и услуги.

В наше время часто возникают разногласия между трудящимися и работодателями. Возникают конфликты и трудовые споры. Конфликт в конфликтологии - это острое столкновение оппозиционных интересов, целей, взглядов, приводящее к противодействиям субъектов конфликта и сопровождаемое негативными чувствами с их стороны. Трудовые споры – это неразрешенные разногласия между работником и его работодателем по вопросам нормативных правовых актов и законов, содержащих нормы трудового права, трудового договора, коллективного договора, соглашения. Столкновение

субъектов происходит в процессе их взаимодействия в общении, действиях, направленных друг на друга, и поведении.

Часто трудовые споры появляются в результате нескольких причин. Обычно причиной трудовых споров является правонарушение в трудовой сфере. Само трудовое правонарушение еще не считается трудовым спором.

Трудовые споры зачастую возникают из-за негативных факторов, вызывающих разногласия в связи с применением трудового законодательства и иных актов, содержащих нормы трудового права, условий договоров о труде, установлением новых или изменением существующих условий труда. Одни из них носят экономический, другие — социальный, третьи — юридический характер.

К экономическим причинам можно отнести, финансовые трудности организаций, которые зачастую препятствуют полной и своевременной выплате заработной платы, предоставлению полагающихся работникам гарантий и льгот (например, молока на работах во вредных для здоровья условиях, лечебно-профилактического питания), отсутствие или недостаточность средств на охрану труда.

Условия возникновения трудовых споров экономического характера порождают серьезные социальные последствия, которые, в свою очередь или в сочетании с экономическими последствиями, вызывают трудовые споры. Так, недостаток средств приводит к сокращению численности работников или ликвидации организации, к все растущей безработице. Высвобождаемые работники, отстаивая свое право на работу (рабочее место), нередко обращаются за разрешением трудового спора и защитой своих прав в судебные органы.

К юридическим причинам можно отнести разногласия между работником (работниками) и администрацией по поводу трудового законодательства. Это — нарушения тех или иных прав работника или его обязанностей перед предприятием (например, при его материальной ответственности за причиненный ущерб), слабое знание работниками своих трудовых прав и обязанностей работодателей, способов защиты своих прав; нежелание соблюдать трудовое законодательство многими руководителями организаций, должностными лицами администрации; слабая подготовленность профсоюзных лидеров, профсоюзных активистов к защите работников на основе трудового законодательства.

К условиям социального характера относится, например, растущий разрыв в уровне доходов низкооплачиваемых и высокооплачиваемых работников, люди в погоне за заработком, сами не осознавая нарушают законы, каждый работник заинтересован в получении наиболее крупного вознаграждения за трудовую деятельность, при этом работодатель заинтересован в минимизации своих затрат и в большом объеме выполнения работ.

Социальные причины тесно связаны с юридическими, приведем несколько примеров:

- когда на предприятии возникает угроза или беда (производственная травма, смерть), и работники обращаются в суд;
- не законное увольнение;
- не законное понижение в должности и другие.

С переходом на рыночную экономику государство потеряло монопольное право вести предпринимательскую деятельность и быть единственным работодателем. В результате этого возникла проблема создание и обеспечения исполнения законодательства о труде и защиты прав как работников, так и работодателей.

Давайте рассмотрим экономические и юридические трудовые споры в диаграммах и графиках. С 1 января 2012 г. сроки судебного разбирательства могут быть увеличены, в связи с тем, что была добавлена помимо первой и кассационной инстанции, еще и апелляционная. [3]

Впоследствии прохождения этих инстанций теоретически у сторон остается еще одна возможность, а именно оспорить решение в порядке судебного надзора в Верховном Суде РФ. В надзоре пересматривается относительно маленький процент дел. Предполагается, что процессуальные преобразования завершат процесс превращения Верховного Суда РФ в экстраординарного арбитра, который вмешивается в судебную практику лишь в крайних случаях и решает исключительно значимые правовые вопросы.

Чтобы было понятнее, приведем статистику. Рассмотрим 1, 2 и 3 рисунки.

Рис.1 Поступило дел в отчетном периоде по "Трудовым спорам"

Рис.2 Трудовые споры по оплате труда

Рис.3 Суммы, принуждённые к взысканию по удовлетворенным искам, включая моральный ущерб, млрд. руб.

Если обратиться к судебной практике по рассмотрению трудовых споров, то можно наблюдать что с 2010 по 2014 год идет тенденция к снижению о поступлении дел, что говорит о соблюдении трудового законодательства. Самым большим числом рассмотренных дел с вынесением решения было зафиксировано в 2010 году, и из них 864 тыс. дел или 21% было удовлетворенно и по принуждению взыскано по удовлетворению искам 22,0 млрд. руб. или 20% включая моральный ущерб, а за первое полугодие 2011 г. – около 406 тыс. [3]

По оплате труда так же наблюдается в 2010 году множество трудовых споров, из них 740 тыс. дел или 20% удовлетворения всех дел, и по принуждению было взыскано по удовлетворено 18,8 млрд. руб.

За 2010 г. в кассационном порядке обжаловано 43,9 тыс. решений по трудовым спорам, в результате чего 7,9 тыс. решений (18%) отменены либо изменены. При этом 4836 дел были возвращены кассационной инстанцией на новое рассмотрение, т.е. отправлены для пересмотра в районный суд, в котором принималось первоначальное решение. За первое полугодие 2011 г. было обжаловано 19,5 тыс. решений по трудовым делам, из которых 3,1 тыс. (16%) отменены либо изменены, а на новое рассмотрение в суд первой инстанции отправлены 1763 дела.

Следовательно, процент отмены в вышестоящей инстанции решений по трудовым делам на 3,7% выше чем по гражданским спорам в целом. В первом полугодии 2011 г. из общего числа обжалованных в кассационную инстанцию решений районных судов по гражданским делам (281,3 тыс.) отменены и изменены около 14,3% (40,1 тыс.). [1]

В данном порядке надзора шанс добиться отмены решения невелик. Как правило, такое случается в случае ошибок в применении и толковании нормы закона, либо, когда спор покажется интересным для членов вышестоящего суда. Так, в 2010 г. из 281,8 тыс. всех обращений в надзорные инстанции, включая Верховный Суд РФ, рассмотрены 164,9 тыс., из которых только 6460 были направлены для рассмотрения в суд надзорной инстанции.

Из переданных в суд надзорной инстанции 6,5 тыс. обращений удовлетворены лишь 5,4 тыс. жалоб и представлений прокуроров. Таким обра-

зом, вероятность направления дела в суд надзорной инстанции составляет около 2,3%, а вероятность принятия по обращению положительного решения составляет всего 1,9%.

В первой половине 2011 г. в суд надзорной инстанции было подано более 138 тыс. обращений, из которых были рассмотрены около 87 тыс. В результате отменены и изменены решения по 2016 гражданским делам (2,4%), из которых 918 отправлены на новое рассмотрение.

Рассмотрев экономические и юридические трудовые споры, перейдем к социальным спорам. Как мы писали выше, социальные разногласия между работниками и руководителями бываю множество и все они различны. Первым, рассмотрим общее количество несчастных случаев на производстве, который представлен на рисунке 4.

Рис.4 Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве с утратой трудоспособности (на один рабочий день и более и со смертельным исходом).

Из диаграммы мы можем наблюдать, что тенденция несчастных случаев на производстве идет к снижению. В данном рассмотренном нами периоде, в 2005 году было множество зафиксированных несчастных случаев на производстве, которая составила 26%. [1]

Рассмотрим производственный травматизм, который происходит зачастую на предприятиях среди мужчин и женщин на рисунке 5.

Рис.5 Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве, среди мужчин и женщин.

Как мы видим из диаграммы, мужчины больше подвержены на производстве травматизму, чем женщины. На наш взгляд это объясняется тем, что мужчины работают в сложных и опасных отраслях экономики, а женщины в безопасных и удобных условиях труда.

Еще одним довольно распространенным социально-трудовым спорам

является незаконное увольнение. Незаконным увольнением являются случаи, когда работодателем нарушается сама процедура увольнения или, когда работодатель увольняет работника руководствуясь мерами дисциплинарных взысканий, но не имея при этом законных оснований, либо по основаниям, которых не было в действительности. В последнее время очень много случаев увольнения по причине сокращения штата, но сама процедура сокращения не была проведена. Согласно судебной статистике незаконное увольнение является самым распространённым трудовым спором, но даже несмотря на это, до сих пор относится к самой тяжелой категории дел.

Количество трудовых споров возросло с экономическим кризисом. Многие работники стали обращаться в суд из-за того, что задерживают заработную плату или пытаются восстановиться на работе. Помимо этого, большинство работников после выигрыша дела о восстановлении на работе увольняются, получив компенсацию от работодателя. Число трудовых споров увеличилось благодаря тому, что возросла юридическая грамотность среди населения.

Основываясь на интервью Председателя Федерации независимых профсоюзов России М.В. Шмаков рассказал «Трибуне» о защите трудящихся, и ответил на вопрос: «В каких отраслях работники наиболее часто конфликтуют с работодателями?»

Из его слов следовало что, говоря об отраслевом распределении социально-трудовых конфликтов, «наиболее конфликтной» отраслью на сегодняшний день являются обрабатывающие производства, на которые в прошлом году пришлось 45 конфликтных ситуаций, как мы видим на рисунке 6, то есть почти треть от их общего числа (на транспорте – 21, в здравоохранении – 16, в добывающей промышленности – 9).

В обрабатывающих отраслях главные проблемы сосредоточены в металлообрабатывающей промышленности, также есть трудности в строительстве, в сборочных производствах, автомобильной и деревообрабатывающей промышленности. [2]

Из вышеизложенного мы можем сделать выводы, что количество трудовых споров в ближайшее время не будет уменьшена, так как экономическое состояние в стране на данном этапе сложно назвать стабильным. Помимо этого мы можем наблюдать подъем юридической грамотности населения, что в конечном итоге положительно скажется на экономическом развитии нашей страны. [2]

Из наиболее значимых причин выражены экономические, социальные и юридические. С юридической точки зрения повышение эффективности защиты работников представляется возможным и в данный момент подобное движение уже осуществляется. В первую очередь это улучшение правовых норм и заполнение пробелов законодательства. Как известно, в законодательстве о труде постоянно происходят обновления и существенные поправки в ТК РФ. Огромная подготовительная работа осуществляется по разработке концепции самостоятельного судопроизводства по трудовым делам, а именно

подготовлен проект Федерального закона «О поэтапном создании специализированных судов по трудовым делам», разрабатывается концепция Трудового процессуального кодекса. Принимая в расчет особенностью трудовых дел, а также все те кадровые, финансовые и прочие проблемы, которые всегда испытывают суды общей юрисдикции, представляется целесообразным выделить трудового судопроизводства из общей массы гражданских дел. Если такие специализированные трудовые суды действительно будут созданы и укомплектованы квалифицированными судьями — специалистами в области трудового права, есть все основания рассчитывать на существенное повышение качества рассмотрения трудовых споров, а следовательно — повышение доверия граждан. И благодаря этому, вероятно, снизится число неразрешенных конфликтов, которые работник сможет разрешить цивилизованным путем в специализированном суде по трудовым спорам.

Литература

1. «Судебная статистика» на сайте Судебного департамента при Верховном Суде РФ – www.cdep.ru/;
2. Федеральная служба государственной статистики <http://www.gks.ru/>;
3. Демиденко Е.А. Экономико-правовое регулирование трудовых отношений // *Взаимодействие науки и общества: проблемы и перспективы* // 5 ноября 2016, с. 130-139;
4. Журнал Кадровик, ВКК Национальный союз кадровиков <http://www.kadrovik.ru/modules.php?op=modload&name=News&file=article&id=13212>;
5. Газета «Солидарность» центральная профсоюзная газета, статья http://www.solidarnost.org/articles/Trudovye_konflikty_v_Rossii_v_2015_godu_Kratkiy_obzor.html;

Глобализация бизнеса

*А.Б. Литвиновская, студент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель – А.А. Уваров, к.т.н., доцент*

Аннотация. В развитии мирового хозяйства на современном этапе резко усиливается процесс интернационализации, который принимает форму глобализации. Глобализация представляет собой гомогенизацию мира, жизнь по единым принципам, приверженность единым ценностям, следование единым обычаям и нормам поведения, стремление все универсализировать. При этом бурно развиваются международные экономические, политические,

культурные отношения и возникают десятки разнообразных интеграционных объединений, в которых принимают участие большинство национальных государств.

Ключевые слова: Глобализация, трансформация , корпорации , бизнес.

Abstract. In the development of world economy at the modern stage dramatically enhanced the process of internationalization, which takes the form of globalization. Globalization represents the homogenization of the world, life on the same principles, shared values, adherence to the uniform customs and norms of behavior, the desire to universalize. In this rapidly evolving international economic, political, cultural relations and there are dozens of different integration associations with the participation of most national States.

Keywords: Globalization, transformation , corporations , business.

Последние десятилетия XX в. ознаменовались масштабными экономическими, политическими и социальными процессами, которые оказали и продолжают оказывать свое воздействие на мировое хозяйство, его качественные характеристики.

В современном мире понятие «глобализация» получило достаточно широкое распространение. Глобализации уделяют огромное значение политологи, экономисты, социологи, она затрагивает различные сферы деятельности человека: экономическую, социальную, культурную, информационную.

Понятием «глобализация» обозначается широкий спектр событий и тенденций: развитие мировых идеологий, интенсивная борьба за установление мирового порядка, скачкообразный рост числа и влияния международных организаций, ослабление суверенитета национальных государств, появление и развитие транснациональных корпораций, рост международной торговли, массовая миграция населения, создание планетарных СМИ и экспансия западной культуры во все регионы мира и многое другое.

Доктор экономических наук, профессор Воронин В.М. полагает, что первоначально самой простой формой интернационализации являлась регионализация, на основе которой стали строиться процессы интеграции [5]. Регионализация часто рассматривается как характерный признак мировой экономики и политики конца XX века, ее суть сводится к формированию на основе и посредством развития интенсивных и глубоких для своего времени интернациональных связей новых, более крупных интеграции (в виде конфедераций, союзов и т.д.) Наряду с этими процессами возникает высшая форма интернационализации - глобализация, которая получила распространение в последнем десятилетии XX века. Этот качественно новый этап стал возможен на основе индустриализации большей части стран мира, улучшения и удешевления транспортной инфраструктуры, средств связи, информационной революции, либерализации движения товаров, услуг, капиталов.

В том, что глобализация является высшей формой интернационализации, убеждена также профессор Владимирова И.Г., которая схематично изобразила процессы, ведущие к глобализации. Данная схема представляет собой упрощенный вариант, отражающий тенденции развития, причем в виде спирали, достигая более высокого развития на каждом витке.

Интернационализация хозяйственной деятельности - это усиление взаимосвязи и взаимозависимости экономик отдельных стран, влияние международных экономических отношений на национальные экономики, участие стран в мировом хозяйстве.

Международное экономическое сотрудничество представляет собой интернационализацию производства и капитала, т.е. развитие устойчивых хозяйственных связей между странами и выход воспроизводственного процесса за национальные границы. Главной движущей силой интернационализации является стремление использовать международную торговлю, обмен инвестициями, кооперирование, научно-техническое сотрудничество для повышения прибыли предприятий и увеличения их благосостояния.

Международное разделение труда на ранних стадиях промышленного развития основывалось на обмене простейших готовых изделий, производимых немногими развитыми странами, на ресурсы, добываемые или выращиваемые в развивающихся странах.

Одновременно с межотраслевым развивается внутриотраслевое разделение, когда идет обмен между странами товарами одной и той же товарной группы, но разных по качеству или физическим свойствам. По мере развития машинного производства формируются условия для разделения самого производственного процесса на отдельные операции и обмена продукцией между такими обособившимися звеньями. Это уже носит название производственного процесса. На этом фоне появилось международное производственное кооперирование в первой трети XX века. Все эти сдвиги в международном разделении труда существенно ускоряют процесс интернационализации.

Глобализация влечет за собой глубокую трансформацию всей системы социальных связей индивида. Она дает свободу личности от привязанностей к определенной среде и открывает возможности для выбора жизненных стратегий, в то же время главная задача перед человеком найти себя в этом мире. В настоящее время происходит формирование нового мирового порядка в качестве цельного мироустройства. Такие сферы как экономика, социальные отношения, право приобретают невиданную ранее степень совместимости. Имея такие общие характеристики как взаимопроникновение, взаимодействие, взаимозависимость. Наряду с традиционными факторами национальной силы (территория, население, уровень экономического развития и др.) глобализация способствует появлению новых факторов, таких как положение на мировом финансовом рынке, информационно-коммуникационный потенциал, уровень развития технологий, обеспеченность доступа к сети Интернет. И в таких условиях взаимопроникновение национальных организмов делает сильных сильнее, а слабых - более слабыми, т.е. увеличивает разрыв между

странами. И с этой позиции можно дать наиболее емкое определение глобализации - "ассиметричная взаимозависимость", где главными лицами выступает Запад, а остальные страны являются скорее жертвами этого процесса.

Эксперты Международного Валютного Фонда (МВФ) определяют глобализацию как "растущую экономическую взаимосвязь стран всего мира в результате возрастающего объема и разнообразия международных сделок с товарами, услугами и мировых потоков капитала, а также благодаря все более быстрой и широкой диффузии технологий". Оценивая теоретические воззрения по проблемам глобализации можно выделить три основные направления различных подходов экономистов:

- гиперглобалистское направление;
- скептическое направление;
- трансформационное направление.

Гиперглобалистское направление связано с абсолютизацией процесса стирания национальных границ и культурных различий между странами. Главные отличительные признаки это свободное движение капиталов, товаров, информации в рамках единого глобального рынка. Представителями данного направления являются К.Омаи, Ф.Фукуяма, Р.Райх.

Представители трансформационного направления Дж.Розенау, Д.Хелд, А. Мак-Гру выступают против одностороннего и упрощенного понимания глобализации, предполагая, что это сложный и многосторонний процесс, затрагивающий все сферы общественной жизни. Ключевым можно считать утверждение представителей данного направления, согласно которому "глобализация переустраивает и реорганизует силу, функции и власть национальных правительств". [6]

Крупный бизнес в условиях глобализации играет важную роль в экономике любой страны. Во-первых, при массовом производстве он позволяет использовать дорогостоящее специализированное оборудование, что дает конкурентные преимущества в производительности труда и себестоимости. Поэтому производство стандартной продукции в химической, металлургической, легкой и пищевой промышленности, сборка автомобилей и самолетов осуществляется в условиях глобальной конкуренции лишь на крупных предприятиях. Во-вторых, лишь крупный бизнес в состоянии проводить дорогостоящие научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, необходимые для создания новой продукции в тяжелом машиностроении, авиакосмической, фармацевтической промышленности и других отраслях. В-третьих, лишь крупные корпорации располагают финансовыми ресурсами, необходимыми для слияний и поглощений, связанных с развитием транснационального бизнеса.

В России крупный бизнес сформировался быстрее, чем другие экономические институты, а его удельный вес и роль оказались выше, чем в большинстве развитых и переходных экономик. Технологической основой крупных российских фирм стали приватизированные крупные и сверхкрупные заводы и фабрики, построенные в советское время.

Российские компании-лидеры постепенно начинают превращаться в транснациональные корпорации. Важнейшим инструментом их зарубежной экспансии выступают прямые иностранные инвестиции[1]. До начала мирового финансового кризиса крупные российские компании активно покупали активы за рубежом. Исходные мотивы таких покупок были вполне традиционными. Это выход на новые рынки сбыта, в том числе защищенные таможенными барьерами, достраивание технологических цепочек (в сторону либо сырья, либо конечной продукции), а также формирование имиджа глобальных игроков. Российские компании стремятся к увеличению своей доли на мировом рынке и вертикальной интеграции сбыта. Наличие у компаний крупных зарубежных активов, в случае если они эффективны и хорошо встроены в ее структуру, позволяет максимально быстро и безболезненно провести модернизацию за счет получаемых производственных, управленческих и финансовых технологий. Вопрос лишь в темпах, географической широте и направленности экспансии, и доле, которую составляют зарубежные активы. Первыми, еще в 1990-е гг. зарубежные инвестиции осуществили "Газпром" и "ЛУКОЙЛ", но их инвестиции на первых порах были ограничены странами СНГ и Восточной Европы. В других регионах эти компании сделали лишь имиджевые покупки.

Глобализация и обострение конкуренции заставляют крупный российский бизнес вступать в конкуренцию с ведущими мировыми компаниями как на внутреннем рынке, так и на международном. Выход на мировые финансовые рынки требует перехода к другим стратегиям и другого уровня менеджмента. Закрытых рынков становится все меньше, ситуация развивается стремительно, и фирмы, не сумевшие адаптироваться к глобальной конкурентной борьбе из-за слабого менеджмента, оказываются в тяжелом кризисе. Примером этого является неудовлетворительное положение завода "АвтоВАЗ" и многих других российских машиностроительных компаний.

Приведенные точки зрения ученых и исследователей процесса глобализации показывают, насколько сложным, противоречивым и неоднозначным выступает этот процесс. Обращая внимание на противоречивость современной модели глобализации, В.В.Путин, выступая на одном из саммитов «большой восьмерки», предложил формулу «социально ответственной глобализации», считая, что, человечество нуждается в анализе современных глобальных тенденций и необходимо «позаботится о том, чтобы глобализация стала социально ориентированной, чтобы народы мира в равной мере могли пользоваться плодами научно-технического и интеллектуального прогресса».

Таким образом, глобализация является процессом, имеющим первостепенное значение, которое таит в себе и уникальные возможности, и создает новые угрозы.

Транснационализации ряда ведущих российских компаний сырьевого и телекоммуникационного секторов способствует хорошее знание развивающихся рынков, гибкая корпоративная структура и скорость принятия реше-

ний, связанная с высокой концентрацией собственности, а также накопленный большой опыт эффективного реструктурирования бывших государственных предприятий.

Транснациональные корпорации (transnational corporation) - это корпорации, головная компания которых принадлежит капиталу одной страны, а филиалы разбросаны по всему миру.

Многонациональные корпорации (multinational corporation) - это корпорации, головная компания которых принадлежит капиталу двух и более стран, а зарубежные отделения также находятся в разных странах.

Транснациональные (ТНК) и многонациональные компании (МНК) можно рассматривать как формы существования международных корпораций, а само разделение последних на две формы проявления достаточно условно, так как их главным качественным признаком является не то, капитал скольких стран создал головную компанию, а интернациональный характер деятельности компаний.

К наиболее оформившимся российским транснациональным корпорациям можно отнести лидеров нефтяной и газовой промышленности России - компании «Газпром» и «ЛУКОЙЛ».

ПАО «Газпром» — глобальная энергетическая компания. Основные направления деятельности — геологоразведка, добыча, транспортировка, хранение, переработка и реализация газа, газового конденсата и нефти, реализация газа в качестве моторного топлива, а также производство и сбыт тепло- и электроэнергии. Газпром" является крупнейшей газовой компанией в мире. Контрольный пакет принадлежит государству, выручка от продаж и чистая прибыль в 2012 г. составила - 147,1 млрд. долл., чистая прибыль - 23,3 млрд. долл., активы - более 201,72 млрд. долл., которые расположены более чем в 25 странах, преимущественно в странах СНГ, Восточной и Западной Европы «Газпром» успешно преодолел этап кризиса, связанного с распадом СССР. Сейчас можно говорить о переходе от этапа стабилизации к этапу устойчивого развития. Подтверждают это следующие тенденции: прекращение спада газодобычи, возврат выведенных ранее активов, ликвидация неплатежей и не денежных форм оплаты, улучшение структуры долга и снижение стоимости его обслуживания, увеличение капитальных вложений в геологоразведочные работы, добычу и транспорт газа, постепенное повышение цен на газ на внутреннем рынке, удержание доли рынка в Европе и возврат на рынки СНГ и Балтии. Рост добычи и экспорта газа, диверсификация бизнеса, в первую очередь за счет поглощения «Сибнефти», либерализации рынка акций увеличивают инвестиционную привлекательность «Газпрома». Газпром стремится участвовать в проектах по разведке, добыче, транспортировке и сбыту углеводородов в третьих странах в рамках стратегии «глобального присутствия» компании на мировом рынке нефти и газа, используя при этом как участие в конкурсах и аукционах, так и операции обмена активами.

Целью «Газпрома» заявлено превращение в ведущую мировую энергетическую компанию путем завоевания крупнейших энергетических рынков США и Китая и приобретения предприятий энергосбыта в Западной Европе.

«ЛУКОЙЛ» является крупнейшей российской частной нефтяной компанией с оборотом в 2013 г. более 143,5 млрд. долл., прибылью 7,8 млрд. долл. и активами более 47,88 млрд. долл. Компания была учреждена, в начале 1990-х годов, имеет активы более чем в 30 странах Европы, Америки и Азии. Экспорт продукции, составляет более 80%. Целью является стать, крупнейшей нефтяной компанией в мире. В течение последующих 10 лет компания планирует инвестировать, в свое развитие 100 млрд. долл., в два раза увеличить выпуск продукции и организовать производство на нефтеперерабатывающих заводах в США, Турции, Казахстане и Нидерландах. «ЛУКОЙЛ», присутствует за рубежом как в секторе «разведка и добыча», так и в секторе «переработка и сбыт».

Российские фирмы вступили в фазу интернационализации своей хозяйственной деятельности относительно недавно. Они вынуждены конкурировать с более опытными ТНК развитых стран, преодолевая отсталость технологий и отсутствие опыта управления сложными организационными структурами в международном масштабе. Начало зарубежной инвестиционной экспансии российских фирм позволяет сделать вывод о том, что, невзирая на поздний выход на внешние рынки и отсутствие необходимого запаса времени для адаптации своей деятельности под меняющиеся условия мирохозяйственной среды, ряд российских компаний в поисках более эффективного способа ведения бизнеса начинает активно интегрироваться в мировое хозяйство. Экспансия на развитые рынки требует от российских транснациональных корпораций серьезных изменений, прежде всего в стратегическом менеджменте и маркетинге компаний, внедрения самых современных технологий и оборудования, повышения эффективности работы персонала, перехода на более высокие стандарты в таких областях, как корпоративное управление, экология, охрана труда и техника безопасности.

Литература

1. *"Прогноз научно-технологического развития Российской Федерации на период до 2030 года"* (утв. Правительством РФ).
2. Бородаевская А.А. *Масштабы превыше всего, или Новая волна слияний в мировой экономике* / А.А. Бородаевская. - М.: Международные отношения, 2011. - 205 с.
3. Булатов А.С. *Создание и функционирование компаний с российским капиталом за рубежом* / А.С. Булатов. - М.: МГИМО(У), 2012. - 156 с.
4. Виссема Х. *Менеджмент в подразделениях фирмы: Предпринимательство и координация в децентрализованной компании.* / Х. Виссема. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 288 с.

5. Воронин В.М., Воронина Т.В. Глобализация - высшая форма интернационализации//Финансы и кредит. 2013. - 360 с.

6. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь /Пер. с англ.- М.:Издательство "Весь мир", 2014. - 402 с.

Деятельность органов местного самоуправления в сфере дорожного строительства

С. В. Горбунов, студент

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Россия

Научный руководитель: **О.В. Приказчикова**, к. ист. н.

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Россия

Аннотация. В статье обсуждается роль местного самоуправления в развитии сферы дорожного хозяйства. По мнению автора, деятельность органов местного самоуправления в области дорожного хозяйства должна осуществляться в строгом соответствии с нормами действующего федерального и регионального законодательства.

Ключевые слова: дорожное хозяйство, дорожное строительство, автомобильные дороги общего пользования, законодательство, муниципальные органы.

Abstract. The article discusses the role of local government in the development of the road sector sphere. According to the author of local government activities in the field of road infrastructure should be carried out in strict compliance with applicable federal and regional legislation.

Keywords: roads, public roads, law, municipal bodies.

Отрасль дорожного хозяйства обладает такими специфическими особенностями, которые обуславливают существенно более высокую роль, и особый характер государственного регулирования, и особенно финансирования, чем «обычные» отрасли экономики.

Вследствие этого управление и финансирование дорожного хозяйства осуществляется во многом стихийно, не учитываются особенности данной отрасли, поэтому повышение эффективности ее работы маловероятно. Поэтому проблема взаимодействия органов местного самоуправления с органами государственной власти в сфере дорожного строительства в Оренбургской области актуальна и по сей день.

Критерии отнесения автомобильных дорог общего пользования к автомобильным дорогам общего пользования регионального и межмуниципального значения утверждены Постановлением Правительства Оренбургской области от 23.01.2007 г. № 13-п.

Деятельность по обеспечению функционированию автомобильных дорог общего пользования регионального и межмуниципального значения осуществляет Главное управление дорожного хозяйства Оренбургской области – ГУДХОО.

Большую роль играет, отсутствие четкой единой трактовки особенностей дорожной инфраструктуры, которые обуславливают ту или иную степень государственного вмешательства и финансирования этой инфраструктуры, роль государственной или муниципальной собственности на объекты дорожного хозяйства.

Хотя существующее распределение прав собственности и ведения в отношении автомобильных дорог общего пользования в целом отвечают характеру дорожного хозяйства, проще говоря, нигде не прописаны базовые критерии и границы государственного и муниципального участия в развитии сферы дорожного хозяйства.

За счет того, что отсутствуют четко установленные критерии и границы, не существуют определённой системы управления государственного финансирования дорожного строительства и хозяйства в целом, которые бы были приняты на федеральном уровне и соблюдались при регулировании отрасли региональными и местными администрациями.

Не разработанность системы принципов управления и финансирования дорожного хозяйства не позволяет выделить основные направления и формы такого регулирования и финансирования, разработать методы и подходы к их эффективному использованию.

Государственный надзор, муниципальный контроль за обеспечением сохранности автомобильных дорог – «действия должностных лиц органа государственного контроля (надзора), муниципального контроля, направленные на предупреждение, выявление и пресечение нарушений юридическими лицами, их руководителями и иными должностными лицами, индивидуальными предпринимателями и их уполномоченными представителями, физическими лицами требований, установленных международными договорами Российской Федерации, федеральными законами и принимаемыми в соответствии с ними иными нормативными правовыми актами Российской Федерации в области использования автомобильных дорог, посредством организации и проведения проверок субъектов надзора, принятия предусмотренных законодательством Российской Федерации мер по пресечению и (или) устранению последствий выявленных нарушений, а также связанные с систематическим наблюдением за исполнением обязательных требований, анализом и прогнозированием состояния исполнения обязательных требований при осуществлении деятельности субъектами надзора» [1].

В соответствии со ст. 71 Конституции Российской Федерации в ведении РФ находятся вопросы «становления основ федеральной политики и федеральной программы в области дорожного строительства и развития транспортной сети» [2].

В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 30.12.2000 г. №1038 Федеральным органом исполнительной власти, «проводящим государственную политику и осуществляющим управление в области транспортного комплекса является Министерство транспорта Российской Федерации» [3].

Министерство транспорта Российской Федерации: «осуществляет свою деятельность как непосредственно, так и во взаимодействии с другими федеральными органами исполнительной власти; органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации» [4].

В настоящее время на федеральном уровне утвержденная Постановлением Правительства РФ от 5.12.2001 г. № 848 реализуется федеральная целевая программа «Модернизация транспортной системы России (2002 – 2010 гг.)» [5].

в области модернизации автомобильных дорог в соответствии с подпрограммой «Автомобильные дороги» планируется осуществить:

- «приоритетное финансирование модернизации, ремонта и содержания автомобильных дорог;
- развитие сети местных автомобильных дорог для обеспечения связи населенных пунктов с дорожной сетью общего пользования и решения социальных проблем сельского населения;
- совершенствование системы управления дорожным хозяйством на федеральном и региональном уровнях;
- повышение качества дорожных работ на основе внедрения новейших достижений научно-технического прогресса, опережающего развития отечественного дорожного машиностроения и дорожно-строительной индустрии, в том числе с привлечением к решению этой проблемы предприятий оборонной промышленности;
- развитие рынка дорожных работ, повышение качественного уровня конкуренции за счет более широкого внедрения конкурсной системы предоставления подрядов» [6].

В заключении необходимо сделать вывод, что органы муниципального управления играют существенную роль в регулировании дорожного строительства на территории муниципального образования, реализуя целевые программы в данной сфере, контролируя приоритетное финансирование модернизации, ремонта и содержания, автомобильных дорог. Однако деятельность органов местного самоуправления в области дорожного хозяйства должна осуществляться в строгом соответствии с нормами действующего федерального и регионального законодательства в рассматриваемой области.

Литература

1 *Перечень нормативных документов об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности* // Режим доступа: <http://www.orendor.ru/law-page.htm>

2 Концепция проекта Федерального закона «Об организации дорожного движения и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Режим доступа: <https://rg.ru/2012/02/15/dorogi-site-dok.html>

3 Об утверждении Положения о Министерстве транспорта РФ: Постановление от 30 декабря 2000 г. №1038 // Собрание законодательства РФ. 2000. № 5. Ст. 6070 // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29906/4c269ec1274ebe6318f018e4f8fdb1dc3004b3

4 Постановление Правительства РФ от 30.07.2004 г. № 395 (ред. от 27.09.2016 г.) «Об утверждении Положения о Министерстве транспорта Российской Федерации» // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48722/8ff472bdb0c6807ed8acf52b655f5d258ae8047c/

5 «Модернизация транспортной системы России на период 2002-2010 гг.» // Режим доступа: http://www.mintrans.ru/activity/world/detail.php?ELEMENT_ID=26376

6 Подпрограмма «Автомобильные дороги» // Режим доступа: http://www.programs-gov.ru/razvitie_transporta/40-podprogramma_avtomobilnye_dorogi.html

Российский рынок продовольственных товаров

И.Н. Чекменева, студент

Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Научный руководитель – А.А. Уваров, к.т.н., доцент

Аннотация. В статье приведен анализ продовольственного рынка России. Рассмотрены его участники, конкурентная среда данного рынка, приведен перечень продуктов питания. Проведен анализ потребления основных продуктов питания на душу населения в РФ.

Ключевые слова: Продовольственный рынок, продукты питания, конкурентная среда, субъекты и объекты продовольственного рынка.

Abstract. In this, article the analysis of the Russian food market. Considered, the participants, the competitive environment of this market, given the list of foods. The analysis of consumption of basic foodstuffs per capita in the Russian Federation.

Keywords: food market, food supply, competitive environment, subjects and objects of the food market.

Жизнь человека зависит от удовлетворения своих потребностей. Продовольствие относится к числу первых жизненных потребностей. Именно поэтому в научных работах и исследованиях на первом месте стоит изучение населения и его обеспеченность продовольственными товарами. В системе рынков большинство исследователей относят рынок продовольственных то-

варов к числу приоритетных, т.к. целью этого рынка является формирование уровня жизни населения и обеспечение потребителей необходимыми продуктами питания.

Продовольственный рынок — это целостная динамическая система рационального формирования и распределения продовольственных ресурсов первичной и вторичной переработки, обеспечивающая автоматическое согласование интересов производителей и потребителей в установлении объемов и структуры производства, а также достижение и поддержание необходимых качества и цены продукции. Особенностью данного рынка является то, что на нем реализуются товары первой жизненной потребности — продовольствие, значение которого играет не последнюю роль в жизни населения. Поэтому продовольственный рынок попадает в сферу не только экономических, социальных, но и политических интересов. Таким образом, продовольственный рынок качественно выделяется среди других рынков совокупностью реализуемых на нем товаров, которые объединятся в группы взаимозаменяемых продуктов питания:

1. Зерно и хлебобпродукты.
2. Мясо и мясопродукты.
3. Молоко и молочные продукты.
4. Рыба и рыбопродукты.
5. Сахарная свекла, сахар и кондитерские изделия.
6. Картофель и картофелепродукты.
7. Овощи и овощепродукты.
8. Яйцо.
9. Семена и маслопродукты.
10. Фрукты и фруктопродукты.
11. Безалкогольные напитки

Таблица 1. Потребление основных продуктов питания на душу населения в Российской Федерации, кг

Продукты питания	1990 г.	В среднем за год в периоде					Рациональные нормы питания	
		1991-	1996-	2001-	2006-	2011-2014 гг.	2010 г.	2016 гг.
Хлеб и хлебобпродукты	120,00	123,20	117,80	120,20	119,60	118,50	95-105	94,00
Картофель	106,00	121,00	115,20	108,20	109,00	110,80	95-100	90,00
Овощи и бахчевые	89,00	75,60	76,40	83,40	97,00	108,80	120-140	140,00
Фрукты и ягоды	37,00	29,60	30,60	40,40	53,00	62,30	90-100	100,00
Сахар	47,00	32,40	33,60	36,40	38,60	40,00	24-28	24,00
Масло растительное	10,20	7,20	8,90	11,10	12,90	13,70	42-714,00	7,00
Молоко и молокопродукты	387,00	291,60	222,40	228,60	242,00	246,80	320-340	340,00
Мясо и мясопродукты	75,00	60,00	47,80	51,60	64,00	73,50	70-75	76,00
Яйца и яйцепродукты, шт.	297,00	251,20	217,20	243,60	258,40	271,30	260,00	270,00

Просматривая данную таблицу, можно сделать вывод, что наиболее потребляемым товаром у населения за 2016 год являются молоко и молокопродукты, их количество составило 340кг, следующими наиболее потребляемыми товарами среди населения РФ стали яйца и яйцепродукты, их доля соста-

вила 270кг на душу населения. Небольшая разница просматривается в потреблении картофеля (90кг) и хлебопродуктов (94кг). Фрукты и ягоды потребляются населением в количестве 100кг в год. Мясо и мясопродукты потребляются в размере 76кг на душу населения в год. Сахар и растительное масло потребляется в размере 7кг и 24кг соответственно.

Несомненно, важным вопросом при потреблении основных продуктов питания, является цена на эти продукты.

Рассмотрим индекс цен на отдельные группы и виды продовольственных товаров.

Таблица 2. Индексы цен на отдельные группы и виды продовольственных товаров.

	к предыдущему месяцу			Сентябрь 2016г. к		Январь-сентябрь 2016г. к январю-сентябрю 2015г.	Справочно сентябрь 2015г. к декабрю 2014г.
	июль	август	сентябрь	декабрю 2015г.	сентябрю 2015г.		
Продовольственные товары без алкогольных напитков	99,9	99,3	99,8	102	105,9	106,1	110,4
хлеб и хлебобулочные изделия	100,4	100,4	100,5	104,8	107	107,2	110,9
крупы и бобовые	101,3	100,8	99	110,7	112,9	110	113,3
макаронные изделия	100,1	100,2	100,2	103,6	106	107,2	116,8
мясо и птица	100,3	100,6	100,9	100,2	99,3	98,9	105,2
рыба и морепродукты	100,8	100,2	100	107,6	109,8	110	118,5
молоко и молочная продукция	100,2	100,4	100,9	104,7	107,6	107,4	108,5
масло сливочное	100,5	101,2	101,9	107,3	110,2	106,8	107,7
масло подсолнечное	100,4	100,4	100,1	105,2	113,7	120,3	127
яйца куриные	101,5	99,8	104,6	84,7	105,3	102,8	88,4
сахар-песок	104,6	101,9	93,9	103,7	98	102,4	119,5
плодоовощная продукция	95,8	91,1	94,6	88	101,9	100,7	101,3
Алкогольные напитки	100,5	100,4	100,4	105,4	106,8	107,5	109,2

В сентябре 2016г. на общее удешевление продовольственных товаров в значительной степени повлияло сезонное снижение цен на отдельные виды плодоовощной продукции. Так, на 17,6-18,7% дешевле стали лук, картофель, морковь, капуста белокочанная, на 14,9% - свекла, на 11,7% - виноград, на 8,1% - яблоки. В то же время на 15,7% выросли цены на апельсины, на 15,5% - огурцы свежие, на 2,4% - чеснок.

Удешевление плодоовощной продукции зафиксировано практически во всех субъектах Российской Федерации. При этом в 10 субъектах оно составило 8,0% и более, из них в Московской и Ленинградской областях - 10,2%.

Снижение цен отмечалось на все наблюдаемые виды круп, в том числе наибольшее на крупу гречневую - на 1,6%.

Среди наблюдаемых видов рыбопродуктов на 1,1% подешевела рыба мороженная неразделанная, живая и охлажденная. В то же время на 1,1% подорожали соленые и копченые деликатесные продукты из рыбы, на 0,7% - рыба разделанная лососевых пород.

Одновременно на 0,9-1,8% выросли цены на мясо птицы, свинину (кроме бескостного мяса), национальные сыры и брынзу, молоко, творог жирный, йогурт, соки фруктовые, перец черный (горошек).

Помимо указанного выше анализа рынка потребительских товаров, хочется отметить субъектов и объектов рынка потребительского товара.

Субъектами рынка продовольственных товаров выступают производители, формирующие предложение продуктов питания. Предложение на продовольственном рынке проявляется в виде пространственно – рассредоточенной совокупности продовольственных товаров, которые производители могут поставить на рынок при том или ином уровне цен.

Продавцы выступают субъектом рынка в тех случаях, когда производители не могут самостоятельно реализовать собственную продукцию. Именно продавцы обеспечивают физическую доступность товаров для потребителей.

Наиболее сложно поддается оценке поведение потребителей, обусловленное субъективными факторами (стиль жизни, личностные качества, мотивы и т. п.). Изучая потребительские предпочтения на продовольственные товары, нужно учитывать поведение покупателей, которое делится на следующие типы: рациональное; импульсивное, или аффектное; по привычке; социально обусловленное (эффект Веблена, эффект сноба, эффект попутчика).

Также следует рассмотреть закон Энгеля, согласно которому по мере роста доходов населения снижается общая доля расходов на продовольствие. При этом структурные сдвиги в потреблении продуктов питания происходят в направлении повышения удельного веса высококачественного продовольствия.

Объекты продовольственного рынка, которыми являются реализуемые производителями или продавцами материальные блага (товары), способные удовлетворить потребности покупателей в еде. В зависимости от объекта купли-продажи на продовольственном рынке выделяются отдельные продуктовые субрынки (хлеба и хлебобулочных изделий, плодоовощной продукции, мяса и мясных продуктов, молока и молочных продуктов, рыбы и рыбопродуктов, растительного масла и других жиров, сахара и кондитерских изделий, напитков и др.), обладающие как общими чертами рынка продовольственных товаров, так и специфическими особенностями, присущими только данному продукту.

Несомненно, стоит отметить и конкурентную среду продовольственного рынка, которая представляет собой соревнования производителей и продавцов продовольственных товаров.

Конкурентная среда продовольственного рынка зависит от наличия на рынке определенного числа независимо действующих производителей и продавцов продовольственных товаров, от институциональной структуры рынка (т. е. от развития различных организационно-правовых форм и форм собственности субъектов рынка), а также от возможности вступать на данный рынок новым субъектам и уходить с него. В целом продовольственный рынок в мировом и даже в государственных масштабах относится к числу наиболее конкурентных и открытых. Однако для территорий небольших населенных пунктов степень развития конкурентной среды значительно уменьшается и по некоторым видам продуктов приближается к монопольной.

Обусловлено это спецификой многих продовольственных товаров и особенностями самих территорий.

Продовольственный рынок занимает одно из центральных мест в системе отраслевых рынков любой страны. Стратегия развития продовольственного рынка должна решать двуетадийную задачу: с одной стороны - обеспечить высокий уровень жизни и благоприятную среду обитания сельских жителей, с другой - и достижение продовольственной безопасности. Приведенные выше исследования доказывают актуальность и важность проблемы изучения и прогнозирования развития продовольственного рынка. Информация о развитии и состоянии продовольственного рынка необходима, во-первых, для проведения социальных преобразований, контроля и воздействия на рынок, во-вторых, для разработки государственной политики экономики, в-третьих, для развития предпринимательства в стране.

Основной задачей государства на сегодняшний день является создание всех необходимых условий функционирования продовольственного рынка, а именно:

1. создание рыночной инфраструктуры: товарных бирж, системы оптовой и розничной торговли, маркетинговых организаций, фондовых и валютных бирж, финансовых институтов;
2. право собственности хозяйствующих субъектов на землю, доходы производственной продукции и на средства производства;
3. свобода выбора форм и видов деятельности для любого хозяйствующего субъекта;
4. равноправие субъектов различных форм собственности;
5. свобода ценообразования, которая представляет собой цену на услуги, работу и продукцию, полученную путем соглашения между покупателем и продавцом с минимальным вмешательством государства в данный процесс;
6. самофинансирование: предполагает покрытие субъектами рыночных отношений имеющихся финансовых расходов на свое развитие и существование, демонстрируя этим свою экономическую самостоятельность;
7. конкуренция: в рыночной экономике существует свобода хозяйственного поведения и многообразие форм собственности, благодаря которым создаются благоприятные условия для конкурентной борьбы. Посредством нее каждый субъект рыночных отношений старается усовершенствовать свой товар, изменить технологию производства того или иного продукта и тем самым подняться на ступень выше своих конкурентов.

Литература

1. Чернявская Ю.Ю.: *вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии* // 2015. - №1. - С 1-3

2. *Белякова Елена Анатольевна, Корнева Татьяна Вячеславовна: известия Оренбургского государственного аграрного университета // 2015. - № 3 (53). - С 1-4*
3. *<http://www.gks.ru>*
4. *<http://cyberleninka.ru>*

Деятельность органов местного самоуправления в сфере торговли

***В.А. Поворова**, студент
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Россия
Научный руководитель: **О.В. Приказчикова**, к. ист. н.
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Россия*

Аннотация. В статье рассматривается деятельность органов местного самоуправления в сфере Торговли. По мнению автора, деятельность органов местного самоуправления в области торговли должна осуществляться в строгом соответствии с нормами действующего федерального и регионального законодательства, не нарушая законные интересы и права юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Ключевые слова: торговля, защита прав потребителей, полномочия, управление, законодательство.

Abstract. The article examines the activities of local authorities in the sphere of Trade. According to the author, the activities of local authorities in the area of trade should be carried out in strict accordance with applicable Federal and regional legislation, without violating the legitimate rights and interests of legal entities and individual entrepreneurs.

Keywords: trade, protection of consumer rights, powers, management, law.

Сфера торгового обслуживания населения в настоящее время наиболее подвержена государственному регулированию. Управленческими полномочиями в данной области правового регулирования обладают не только федеральные органы исполнительной власти, органы власти субъектов Российской Федерации, но и органы местного самоуправления.

Государственное регулирование в сфере торгового обслуживания населения «осуществляется посредством экономического и административно-правового регулирования. В действующем законодательстве определен перечень полномочий органов местного самоуправления. Данные органы обладают соответствующими правами по обеспечению контроля за торговлей, качеством и безопасностью отечественных и импортируемых товаров, поступающих на потребительский рынок» [1].

Эффективность и действенность любой деятельности в сфере торгового обслуживания населения, и прежде всего контрольной, во многом зависит от слаженности совместной деятельности государственных и муниципальных органов, осуществляющих контроль за торговлей, качеством товаров и обеспечивающих защиту прав потребителей.

Органы местного самоуправления в сфере торгового обслуживания населения обладают только им свойственными полномочиями, позволяющими осуществлять стоящие перед ними цели и задачи.

В статье 14 ФЗ РФ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» указано: «создание условий для обеспечения поселений, входящих в состав муниципального района, услугами связи, общественного питания, торговли и бытового обслуживания» [2].

В соответствии с нормами действующего законодательства «органы муниципального управления в пределах предоставленных полномочий планируют развитие торгового и бытового обслуживания населения, обеспечивают рациональное размещение сети розничных торговых предприятий на территории муниципального образования. Кроме того, органы местного самоуправления обеспечивают эксплуатацию объектов торгового обслуживания, находящихся в муниципальной собственности, обеспечивают закупку, хранение, переработку и продажу сельскохозяйственных продуктов. Определенные меры со стороны органов местного самоуправления принимаются к развитию системы торгового обслуживания социально незащищенных слоев населения, организации рынков и ярмарок, оказывается содействие развитию рыночных инфраструктур на территории муниципального образования, созданию конкуренции на товарных рынках и преодолению монополистической деятельности в сфере торговли» [3].

Местный орган власти, следуя федеральному законодательству, в котором осуществляется отстаивание прав потребителей в торговой сфере, соблюдают все правила продажи определенных предметов торговли со стороны юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, именуемых в простонародье бизнесменами, формируют соответствующие структуры в системе муниципальных органов власти, которыми в основном являются отделы по защите прав потребителей при местной администрации.

Федеральный государственный надзор в области защиты прав потребителей осуществляет «организацию и проведение проверок соответствия товаров (работ, услуг) обязательным требованиям, обеспечивающим безопасность товаров (работ, услуг) для жизни и здоровья потребителей, окружающей среды, предупреждение действий, вводящих потребителей в заблуждение, и предотвращение причинения вреда имуществу потребителей, установленным в соответствии с международными договорами Российской Федерации, федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации» [4].

На отделы по защите прав потребителей, функционирующих при администрации муниципального образования, возлагается осуществление це-

лого ряда полномочий [5]. Управлением Роспотребнадзора по Оренбургской области проводится обследование объектов, реализующих непивную спиртосодержащую продукцию. К примеру, на 13.01.2017 г. было проверено 365 объектов, на 64 обнаружены нарушения (отсутствие сопроводительной документации, ценников, информации о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, ненадлежащая маркировка, отсутствие книги отзывов и предложений, нарушения правил продажи отдельных видов товаров). Работниками Управления было составлено 64 протокола, в том числе 5 — в отношении юридических лиц и 59 — в отношении должностных лиц. Административная ответственность на виновных лиц была возложена на основании ст.ст. 14.14; ч.1 ст. 14.5; ч.2 ст. 15.12; ч.1 ст. 14.8 и др. На остановочном павильоне «Подмаячный поселок», принадлежащем индивидуальному предпринимателю Набатчикову С.М., установлены факты реализации лосьона «Хлебного», лосьона «На бруньках» производства Казахстан. В ходе проведенных мероприятий обнаруженная продукция изъята.

Проверено 1426,22 л спиртовой непивной продукции. С реализации снято 54 партии продукции, из них 43 — парфюмерно-косметической продукции и 11 — товаров бытовой химии.

Исследовано 10 проб спиртосодержащей непивной продукции. Проб, не соответствующих обязательным требованиям, не выявлено.

В Управление поступило 6 обращений от граждан о незаконной реализации спиртосодержащей непивной и пищевой продукции, 3 из них — по телефону горячей линии. Один факт не нашел подтверждения, 5 обращений находятся в работе.

Информация о фактах незаконной продажи спиртосодержащей продукции, случаях отравления суррогатным, недоброкачественным алкоголем, принимается по телефону горячей линии Управления ежедневно в рабочие дни — с 9:00 до 17:00 по телефону 44-23-54, а в выходные и праздничные дни — с 10:00 до 15:00 по телефону 33-37-98.

Органы местного самоуправления по защите прав потребителей применяют в порядке, установленном законодательством Российской Федерации «меры по пресечению выявленных нарушений требований санитарного законодательства, технических регламентов и (или) устранению последствий таких нарушений, выдает предписания об устранении выявленных нарушений требований санитарного законодательства, технических регламентов и привлекает к ответственности лиц, совершивших такие нарушения» [6].

В случае неисполнения постановления о приостановлении или прекращении реализации товаров (работ, услуг) соответствующие должностные лица органов местного самоуправления на основании ст. 44 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» вносят в органы государственной власти и управления предложение о приостановлении деятельности виновных [7].

Кроме того, в случае невыполнения хозяйствующим субъектом выданных предписаний органы местного самоуправления по защите прав потребителей вправе обратиться в суд с иском в защиту неопределенного круга потребителей либо о признании действий продавца (изготовителя, исполнителя) противоправными в отношении неопределенного круга потребителей и прекращении этих действий.

На территории муниципальных образований в структуре органов исполнительной власти могут создаваться и специализированные подразделения, осуществляющие проведение единой политики в сфере торговли, бытового обслуживания и пищевой промышленности.

Кроме того, определенные проблемы возникают при осуществлении административно-правового регулирования торговой деятельности на территории муниципального образования в том случае, когда главы муниципальных образований принимают не соответствующие действующему федеральному законодательству нормативные правовые акты, препятствующие нормальному осуществлению деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, осуществляющих реализацию продукции населению.

В заключении необходимо сделать вывод, что органы муниципального управления играют существенную роль в регулировании осуществления предпринимательской деятельности (в том числе и в области торговли, бытового обслуживания населения) на территории муниципального образования, принимая нормативные акты в данной сфере, контролируя соблюдение продавцами (изготовителями) правил продажи отдельных видов продукции, защищая интересы потребителей на качественные и безопасные товары. Однако деятельность органов местного самоуправления в области торговли должна осуществляться в строгом соответствии с нормами действующего федерального и регионального законодательства, не нарушать законные интересы и права юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в рассматриваемой области.

Литература

1 Грось Л.А. Влияние норм материального права на гражданское процессуальное право // Режим доступа: <http://dlib.rsl.ru/rsl01000000000/rsl01000256000/rsl01000256..>

2 Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ (действующая редакция, 2016) // Режим доступа: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**

3 Федеральный государственный надзор в области защиты прав потребителей // Режим доступа: <http://mykonspekts.ru/1-135069.html#2>

4 Положение об Управлении Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Оренбургской области // Режим доступа: <http://56.rospotrebnadzor.ru/functions>

5 *Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Оренбургской области* // Режим доступа: <http://56.rospotrebnadzor.ru/o-kontrole-za-priostanovleniem-realizaczii-nepishhevoj-spiRTOSoderzhashhej-produkczii-na-13.01.2017?val=24&par=21>

6 *Приказов Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека от 11.02.2013 г. № 60, от 20.08.2013 г. № 570, от 07.10.2013 г. № 730, от 19.12.2014 г. № 1275, от 05.08.2015 г. № 637, от 09.08.2016 г. № 851)* // Режим доступа: <http://56.rospotrebnadzor.ru/functions>

7 *Закон РФ «О защите прав потребителей»* // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

Тенденции развития демографических процессов в РФ

*А.А. Шумейко, студент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель – А.А. Уваров, к.т.н., доцент*

Аннотация. В данной статье, на основе данных официальной статистики, проанализирована демографическая ситуация РФ, выявлены причины депопуляции и сформулированы предложения для стабильного развития демографической ситуации в стране. Необходимость изучения населения страны связана с тем, что оно является непосредственным участником производственного процесса и потребителем его результатов. Соответственно ход экономического развития страны во многом определяется составом и структурой населения.

Ключевые слова: демография, естественный прирост (убыль) населения, депопуляция, старение населения, экономически активное население, смертность, рождаемость, дефицит рабочей силы.

Abstract. In this article the demographic situation of the Russian Federation is analyzed on the basis of official statistics data, the reasons of depopulation are established and offers for stable development of a demographic country situation are formulated. The necessity of studying the population of the country is connected with the fact that it is a direct participant of production process. The course of economic development of the country is in many respects determined by structure of the population.

Keywords: demography, natural increase (decrease) of the population, depopulation, aging of the population, economically active population, death rate, birth rate, deficit of a labor power.

С начала кризиса 1990-х гг. XX в., в нашей стране остро стоит демографическая проблема. Положительная и стабильная демографическая ситуация необходима для повышения уровня жизни населения и обеспечения национальной безопасности. Старение населения увеличивает социальную напряженность, повышая нагрузку на экономику страны, ее пенсионную систему, систему здравоохранения и социального обеспечения, создавая проблему финансирования пенсий и пособий. Современная демографическая ситуация в Российской Федерации в значительной степени обусловлена социально-экономическими процессами, происходившими в XX веке.

Демографические показатели России в настоящее время намного хуже, чем в 1980-е гг. и начало 1990-х гг. В истории современной России пик численности населения приходится на 1993 г., в котором в нашей стране проживало 148,6 млн. человека (Рисунок 1).

Рисунок 1 - Динамика численности населения РФ 1990-2000 гг.

С 1993 по 2016 гг. происходит постоянное снижение численности населения в среднем на 360 тыс. чел. в год. В 2009 г. численность постоянного населения России по сравнению с 1990г. снизилась на 3,4% (или 5 млн. человек) и составила 142,7 млн. человек[7].

С 1993 года началось стабильное сокращение численности населения из-за превышения уровня смертности над уровнем рождаемости, за исключением 2005 г. (Рисунок 2), когда наблюдался прирост численности населения по сравнению с 1994 г, и он составил 0,1 млн. человек (или 0,1%).

В связи с депопуляцией населения, Правительство РФ было вынуждено принять «Национальную программу демографического развития России на период 2006-2015 гг.» [4], и именно сейчас проявляются результаты работы данной программы.

Одна из причин возросшей естественной убыли населения в стране - крайне неблагоприятная ситуация со смертностью населения [3, с.65-69]. Ожидаемая продолжительность жизни у мужчин в 2015 г. по сравнению с 2013г. увеличилась на 1,2% и составила 65,92 лет, у женщин ожидаемая продолжительность жизни также увеличилась, но на 0,5% - 76,71 лет. Существенная разница в показателях продолжительности жизни для мужчин и

женщин обусловлена чрезмерно высокой преждевременной смертностью мужчин, особенно в трудоспособном возрасте.

Рисунок 2 - Динамика численности населения РФ за 2005-2015гг.

Начиная с 1995 г. [7] в России отмечается депопуляция населения, т.е. превышение числа умерших над числом родившихся. В 2011 г. по сравнению с 2010 г. численность умерших превысила численность родившихся на 7% (или 129 тыс. человек), в 2012 г. - 0,2% (или 4 тыс. человек) (Рисунок 3). По прогнозам с 2017 г. по 2030 г. будет наблюдаться естественная убыль населения, и составит она - 398 тыс. человек в 2030 г. по сравнению с 2017 г.

Рисунок 3 – Естественное движение населения в РФ

В структуре причин смертности населения в нашей стране преобладает смертность от болезней системы кровообращения[1]. В 2015 г. от них скончалось 50% мужского населения и 65,7% женского населения. Согласно данным Всемирной организации здравоохранения, смерти от болезней системы кровообращения в мире составляют в среднем 30% от общего числа смертей. От новообразований умирает – 18,7% мужчин и 18,4% женщин (или 16% от общего числа умерших); от внешних причин (травм и отравлений) – 15,9% мужчин и 5,4% женщин. Можно отметить, что в России сердечно-сосудистые заболевания весьма распространены из-за высокого уровня потребления алкоголя и табака.

Также причиной убыли населения является - неблагоприятная ситуация, которая сложилась в сфере рождаемости [3, с.35-38]. Суммарный коэффициент рождаемости в 2005 г. в РФ составлял 1,3, что в 3 раза ниже уровня, обеспечивающего воспроизводство населения. Начиная с 2005 г. число детей в расчете на 1 женщину увеличивалось, и в 2014 г. в сельской местности данный коэффициент составлял 2,3 (с учетом Крымского федерального округа), а по России в 2015 г. суммарный коэффициент рождаемости составил 1,8. При нынешней смертности и рождаемости дети могут обеспечить замещение только 75% своих родителей (в 2005 г. – 60%).

Был проведен социологический опрос, в отношении рождаемости и выявлено, что среднее число рожденных женщиной детей у опрошенных, состоящих в браке женщин, равняется 1,29, а у незамужних матерей - 1,25. Сопоставив, нами полученные данные и данные официальной статистики следует отметить, что в приоритете у граждан РФ - рождение детей в браке.

Растет и величина интервала между рожденьями первого и второго ребенка. Если у родивших второго ребенка в 1990-1994 гг. она составляла в среднем 48,1 месяца (или 4 года), то у тех, у кого второй ребенок появился в 2005-20015 гг., уже 73,2 месяца (более 6 лет).

Четверть (25,0%) опрошенных женщин, родивших второго ребенка в 2007-2009 гг., отметили, что меры государственной помощи семьям с детьми помогли принять решение о рождении второго ребенка, которого, без помощи государства, не могли себе позволить.

В настоящее время, по мнению респондентов, наблюдается снижение рождаемости в связи с материальными трудностями и неуверенностью в завтрашнем дне. На жилищные трудности ссылались чуть больше трети респондентов. 22,5% женщин и четверть (25,4%) мужчин указали, что очень мешает рождению желаемого числа детей отсутствие работы.

К социально-экономическим проблемам современного этапа развития российского общества относят проблему безработицы, в условиях экономического кризиса. Кризис является одним из ведущих факторов роста смертности и снижения продолжительности жизни граждан. Также в результате кризиса ухудшается здоровье населения и как следствие происходит рост смертности из-за недоступности эффективных лекарственных средств по причине их дороговизны; возникновение постоянных стрессовых ситуаций, вследствие которых – рост числа самоубийств и психических расстройств.

Однако стабилизация демографической ситуации только за счет снижения смертности не эффективна. Для стабильного развития демографической ситуации в РФ необходимо: стимулировать рождаемость в молодых семьях, с доходами ниже среднего, с помощью поддержки государства и инвесторов, в приобретении собственного жилья молодыми. Альтернатива – строительство домов под социальный найм; развития услуг, предоставляемых санаторно-курортными учреждениями; укрепление здоровья населения.

Улучшение демографической ситуации с 2006 г. связано с проведением активной демографической политики. С 2007 г. реализуется комплекс мер

государственной помощи семьям с детьми. Наиболее важными из них является – материнский (семейный) капитал и ежемесячное пособие по уходу за ребенком.

В сентябре 2016 г. Правительство РФ увеличило общий объем бюджетных ассигнований на финансирование в текущем году ежемесячных выплат нуждающимся семьям, имеющим трех и более детей (до 17,3 млрд. руб., что на 1,6 млрд. руб. больше, чем было установлено ранее)[6].

Правительством РФ рассматривается законопроект о введение "13-ой пенсии" (дополнительной страховой пенсии по старости), а также увеличение времени ухода за ребенком, включаемое в страховой стаж. Его начнут исчислять до достижения ребенком трех лет, а не полутора, как сегодня. Нововведения позволят повысить уровень благосостояния пенсионеров, а также способствуют восстановлению социальной справедливости.

Проводится политика в отношении укрепления здоровья населения, а именно: борьба с потреблением алкогольной и табачной продукции. В 2010 г. был разработан план мероприятий до 2016 г. по реализации Концепции осуществления государственной политики противодействия потреблению табака. Так, с 2008 года по 2014 год минимальная ставка акциза на сигареты с фильтром была увеличена более чем в 7 раз, специфическая ставка в 6,6 раз, а адвалорная ставка - на 3 процентных пункта.

В результате всех мероприятий численность населения в РФ в 2016 г. по сравнению с 2006 г. увеличилась на 2,3% [7].

Наблюдается рост численности населения в 2015 г. по сравнению с 2005 г. в федеральных округах (Рисунок 4): Центральный федеральный округ - на 2,2% (или 0,84 млн. человек); Северо-Западный федеральный округ – на 1% (или 0,13 млн. человек); Южный федеральный округ – на 1,2% (или 0,17 млн. человек); Северо-Кавказский федеральный округ – на 6,9% (или 0,62 млн. человек); Уральский федеральный округ – на 1,2% (или ,15 млн. человек). В Приволжском и Дальневосточном федеральных округах численность населения имела тенденцию к снижению на 0,93% (или 0,18 млн. человек; в Оренбургской области на 5,7%) и 3,85% (0,25 млн. человек) соответственно.

Рисунок 4 - Динамика численности населения РФ по федеральным округам

Население Крымского федерального округа на начало 2016 года составило более 2,323 млн. человек (в том числе 1,907 млн. человек в Республике Крым и 416 тысяч человек в городе Севастополе). С начала 2016 года население России без учета Крымского федерального округа увеличилось на 101,7 тысячи человек, а с учетом КФО – на 109,7 тысячи человек. За 2009-2015 годы число россиян без учета проживающих в Крымском федеральном округе увеличилось на 1,484 млн. человек (на 1,0%) и к началу 2016 года достигло 144,2 млн. человек, что примерно соответствует уровню середины 1986 года.

Анализ динамики численности населения в РФ, выявление и характеристика основной тенденции развития дают основание для прогнозирования.

Правительством РФ к 2020 году предполагается: увеличение численности населения до 147,5 млн. человек; увеличение ожидаемой продолжительности жизни лиц обоего пола до 74 лет; увеличение суммарного коэффициента рождаемости до уровня 1,87; обеспечение миграционного прироста на уровне не менее 200 тыс. человек ежегодно.

Таблица 1

Интервал прогноза численности населения в РФ, с вероятностью 95%

Год прогноза	Точечный прогноз, млн. чел.	Доверительный интервал прогноза, млн. человек	
2016	146,5	144,6	148,5
2017	147,8	145,5	150,1
2018	149,2	146,7	151,8

*Источник: таблица рассчитана с помощью функций Microsoft Excel

В 2015 г. автором было произведено прогнозирование численности населения РФ на 2016 – 2018 гг. (см. Табл.1). Данный прогноз является достоверным по отношению к 2016г. так как численность населения в 2016г. действительно составляет 146,5 млн. человек.

При условии сохранения тенденции, с вероятностью 95%, в 2017г. численность населения РФ будет находиться в интервале от 145,5 до 150,1 млн. чел., в 2018 г. - в интервале от 146,7 до 151,8 млн. чел.

Таким образом, можно отметить, что Россия находится в непростой демографической ситуации. На численность населения оказали сильное влияние кризисные 90-ые гг. и посткризисные «нулевые». Правительство страны уделяет большое внимание данной проблеме, так как, от стабильного развития демографической ситуации зависит национальная безопасность и уровень жизни населения, зависит будущее нашего народа.

Литература

1. Всемирная организация здравоохранения URL: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs317/ru/>

2. Всемирная книга фактов ЦРУ. URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2066rank.html>
3. Егорова Е.А., Карманов М.В., Кучмаева О.В. Экономическая демография/ Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. - М.: 2003. - 83 с
4. Послание президента Российской Федерации Федеральному собранию Российской Федерации. 10.05.2006 г.
5. Российская газета, проект «Национальная программа демографического развития России». URL: <http://www.rg.ru/2006/05/26/demografiya-proekt.html/>
6. Справочно-правовая система по законодательству России/ КонсультантПлюс; Информационно-правовой портал – Гарант. URL: <http://www.consultant.ru/>; <http://www.garant.ru/>
7. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/>

Достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности и проблема ее понимания аудитором

*Д.А. Воякина, студентка
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель – И.В. Воюцкая, к.э.н., доцент*

Аннотация. Достоверность учета и отчетности, анализ причин несоответствия этой отчетности и реальной картины экономического субъекта, а также контроль эффективности финансово-хозяйственной деятельности являются актуальными вопросами в условиях нестабильной среды функционирования. Мы выделили ряд проблемы аудитора и аудиторских организаций в ходе проверок бухгалтерской (финансовой) отчетности на её достоверности.

Ключевые слова: Бухгалтерская (финансовая) отчетность, достоверность, нормативные документы, независимый аудит, аудиторские проверки.

Abstract. the Reliability of accounting and reporting, analysis of reasons of non compliance with this reporting and real picture of the economic entity, as well as monitoring the effectiveness of the financial and economic activities are current issues in volatile environments. We identified a number of problems the auditor and audit organizations in audits of accounting (financial) statements on its accuracy.

Keywords: the Accounting (financial) statements, the reliability, regulatory documents, audit.

Бухгалтерская (финансовая) отчетность является одним из важнейших инструментов управления организацией, а также источником информации о

результатах ее деятельности, позволяющим оценить текущее положение фирмы и дальнейшие перспективы ее функционирования. Кроме того, бухгалтерская (финансовая) отчетность является основой для принятия управленческих решений.

Важнейшим требованием, предъявляемым к бухгалтерской (финансовой) отчетности, является ее достоверность, под которой подразумевается представление полной информации об имущественном и финансовом положении организации, а также о финансовых результатах ее деятельности[1].

Под достоверностью отчетности имеется в виду уровень точности показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности, позволяющая заинтересованному лицу на основе её данных делать соответствующие предположения и выводы об итогах хозяйственной деятельности, финансовом и имущественном положении организации и принимать необходимые решения в экономической сфере организации, опираясь исключительно на выводы и итоги отчетности [3]. Эта информация играет важную роль для инвесторов, которые действительно заинтересованы в том, чтобы финансовые операции организации имели осмысленный характер и отчетность отражала реальное финансовое положение. Не меньший интерес к достоверности финансовой отчетности предприятия имеют банковские представители, которых интересует, прежде всего, платежеспособность экономического субъекта. Считается, что бухгалтерская (финансовая) отчетность, в том числе подтвержденная аудитором, верно, отображает экономическую деятельность и ее результаты. Достоверность информации, содержащейся в бухгалтерской отчетности, подтверждается независимым аудитором.

На наш взгляд, можно выделить ряд проблем, с которыми сталкивается аудитор в ходе проверки бухгалтерской финансовой отчетности на её достоверность:

- У аудиторов должны быть необходимое подтвержденное образовании опыт проведения аудита. Образование должно быть завершённым, позволяющим овладеть знаниями и навыками, требуемыми для аудитора. Опыт работы должен способствовать повышению знаний и навыков.
- Не существует нормативно- определенного понятия достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности. Из –за этого возникает разное понимания определение и расхождения мнений аудиторов о трактовки понятия достоверности отчетности.
- Аудиторская организация должна учитывать определенные факторы, способствующие повышению риска появления искажений бухгалтерской отчетности. В процессе аудита аудиторской организации следует оценить риск появления искажений бухгалтерской отчетности и риск их не обнаружения.
- Каждый аудитор выбирает свой набор аудиторских процедур и порядок их выполнения. Аудитор вправе определять объем документации по каждой конкретной аудиторской проверке, руководствуясь своим профессиональным мнением.

- Объем документации аудиторской проверки должен быть таков, чтобы в случае, если возникнет необходимость передать работу другому аудитору, не имеющему опыта работы по этому заданию, новый аудитор смог бы исключительно на основе данной документации понять проделанную работу и обоснованность решений и выводов прежнего аудитора.

- Происходит различие между индивидуальными мнениями достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности. Существует множество «достоверных отчетностей» одного и того же хозяйствующего субъекта, в каждой из которых будет представлен свой финансовый результат, своя величина активов и пассив и прочих показателей, поскольку существует множество индивидуальных мнений и расчетов в работе каждого отдельного аудитора.

В итоге проведенного исследования обоснованно, что категория достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности, подтверждение которой является целью аудиторской работы, является предметом профессионального суждения аудитора, которое формируется у него на основе опыта практической деятельности и знаний нормативно-правовой базы в области бухгалтерского учёта и аудита.

Литература

1. *Бухгалтерский словарь*. [Электронный ресурс]. URL: <http://bibliotekar.ru/> (дата обращения 15.12.2015).
2. Бычкова С.М., Алдарова Т.М. Понятия достоверности и существенности в бухгалтерском учете // *Аудиторские ведомости*. 2010. № 1.
3. Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская финансовая отчетность» (ПБУ 4/99): Приказ Минфина РФ от 6 июля 1999 г. № 43н (ред. от 08.11.2010).
4. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 04.11.2015) «О бухгалтерском учете».
5. *Экономическая природа фальсификации финансовой отчетности*. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.msfofm.ru/> (дата обращения 15.12.2014)
6. Федеральный закон от 30.12.2008 № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» (ред. от 04.03.2015).
7. *Налоговый вестник: электронный журнал* [Электронный ресурс] / <http://www.nalvest.ru/Bukunedia> <https://ru.wikipedia.org>

Понятия, сущность рисков на предприятии и их влияние на экономическую ситуацию

*В.А. Легошко, студент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель – А.А. Уваров, к.т.н., доцент*

Аннотация. В процессе своей деятельности предприятия сталкиваются с совокупностью различных рисков, которые являются неизбежной составляющей любой деятельности. В статье рассматривается сущность основных видов рисков, а также причины возникновения и орган управления ими на предприятии.

Ключевые слова: риски, предприятие, экономическая ситуация, план, прогноз, бизнес, предприниматели.

Abstract. In the course of the activities the entities face set of various risks which are an inevitable component of any activities. In article the essence of main types of risks, and also origins and governing body at the entity is considered by them.

Keywords: risks, enterprise, economic situation, plan, forecast, business, entrepreneurs.

На сегодняшний день в современном мире, довольно, большое значение имеет правильное и разумное составление прогнозов и планов на начальном этапе создания любого предприятия. Так как впоследствии, именно эти два составляющих скажутся на эффективности самой деятельности в конкретной сфере, ведь благодаря им можно будет определить основные показатели предпринимательской деятельности, всевозможные риски и многое другое.

С современной точки зрения, риск представляет собой потенциально существующую вероятность потери ресурсов или неполучения доходов.

Риски важное составляющие экономической, политической и социальной жизни общества, которые обязательно сопровождают все направления и сферы деятельности любой организации, функционирующей в рыночных условиях.

В условиях политической и экономической неустойчивости степень риска значительно возрастает. В современных кризисных условиях проблема рисков весьма актуальна.

Многим специалистам, менеджерам, экономистам, предпринимателям приходится постоянно рисковать в своей работе. Поэтому каждому из них следует научиться правильно, оценивать степень риска в своей деятельности.

К примеру, каждый предприниматель знает, что его деятельность связано с вложением средств сейчас, и постепенное получение прибыли завтра. Тем не менее, каждый предприниматель при вложении собственного капитала сталкивается с проявлениями определенных рисков, а иногда даже и

потерь, которые могут быть связаны с неполучением ожидаемых доходов. В результате может быть получен нулевой результат от внедрения какого-либо нового проекта, либо даже предприниматель потерпит убытки.

Главной особенностью любого риска считается то, что они есть всегда. В деятельности каждого субъекта хозяйствования риски, важный атрибут, не зависимо от вида деятельности, так как ни в чем нельзя быть полностью уверенным.

Таким образом, риск - вероятность достижения положительного или отрицательного проектного результата в зависимости от действий внешних и внутренних факторов, характеризующих степень неопределенности объекта и субъекта риска или процесса по их функционированию.

Все предприниматели часто сталкиваются с различными видами рисков, которые в итоге сильно влияют на успешность предприятия, обычно разновидности рисков тесно связаны между собой,

Экономисты выделяют несколько видов риска по основным классификационным признакам, которые характерны почти для каждого предприятия, более подробно поговорим о них:

1. По сфере деятельности компании риски делятся на:

- коммерческие риски;
- финансовые риски;
- производственные риски;
- социальные риски;
- экологические риски;
- политические риски.

Теперь подробнее о каждом из этих видов, коммерческие риски, это риски связанные с коммерческой деятельностью. Они возникают в процессе реализации товаров и услуг, произведённых или купленных предприятием, например, торговые риски, транспортные риски, риски конкурентной борьбы и т.д.. Финансовые риски связаны с финансовой деятельностью, они возникают при осуществлении финансовых сделок, исходя из того, что в роли товара выступает капитал, ценные бумаги, валюта. Производственные риски связаны непосредственно с хозяйственной деятельностью предприятия, ориентированной на получение максимальной прибыли путём удовлетворения потребностей и запросов покупателей согласно требованиям рынка. Социальные риски, это риски связанные с сотрудниками предприятий, которые могут быть обусловлены их заболеваемостью или смертью кого-либо из персонала фирмы, особенно если работник выполняет одну из ключевых функций в компании. Кроме того, причиной потерь может стать небрежность, нечестность, безответственность работников. Экологические риски, это риски, связанные с загрязнением окружающей среды, а также угроза жизни и здоровью третьих лиц. Они могут возникнуть в процессе строительства и эксплуатации производственных объектов и являются составной частью промышленного риска. Ущерб окружающей среде выражается в виде загрязнения или уничтожения лесных, водных, воздушных и земельных

ресурсов, например, в результате строительных работ, а также в виде нанесения вреда биосфере и сельскохозяйственным угодьям. Политические риски, это риски, обусловленные изменением политической обстановки, влияющей на предпринимательскую деятельность, например, закрытие границ, запрет на вывоз товаров, военные действия на территории страны.

2. По сфере возникновения риски делят на:

- внешние риски;
- внутренние риски.

На предприятии внешние риски в основном связаны с нанесением убытков и неполучением ожидаемой предпринимателем прибыли вследствие нарушения своих обязательств контрагентами предпринимателя или по другим, не зависящим от него обстоятельствам. Внутренние риски зависят от способности предпринимателя организовать производство, и сбыт продукции. На них влияют следующие факторы: уровень менеджмента, себестоимость, качество и надежность продукции, условия сбыта, реклама, организация послепродажного сервиса, наличие оборотных средств, клиентура и др..

Причины возникновения рисков очень разнообразны, они могут быть классифицированы по различным признакам. Так, например, причины возникновения производственных рисков могут быть связаны с уменьшением задуманных объемов производимой продукции из-за снижения производительности рабочей силы, застоя технического оборудования, недостаточного количества нужного материала, высокого числа бракованных изделий/продуктов; падением цен, по которым задумывалось продавать продукцию; с увеличением расходов на сырье; а так же причины могут быть связаны с нестабильной подачей электроэнергии на производстве; поломкой и ремонтом оборудования. Причины возникновения коммерческих рисков могут быть связаны с повышением себестоимости товара в течение процесса его продажи; со снижением качества товара в течение его транспортировки или хранения, вследствие чего цена падает; в увеличении расходов предприятия в связи с непредвиденными выплатами, штрафами, пошлинами. А причины возникновения финансовых рисков заключаются в спаде финансовой устойчивости; в неплатежеспособности производства и т.д..

Оценка рисков предприятия должна быть проведена заранее, еще на стадии оформления бизнес-плана. Такой документ, как бизнес-план, существует не случайно. Именно он позволяет наглядно представить все возможные проблемы, которые могут встретиться на пути. Риски предприятия нельзя разделить четко, ведь некоторые из них не имеют границ.

Для того чтобы пережить сложные моменты, организации должны активно реагировать на опасность, принимать надлежащие меры для обеспечения оценки определения приоритетов в управлении. Риск постоянно изменяется под воздействием внешних и внутренних факторов. Компания с сильной стратегией будет периодически пересматривать свои программы и карты рисков, позволяя руководству по мере необходимости реагировать на

эти изменения. Правильно функционирующая система управления позволяет компаниям рассматривать и оценивать различные возможности, а также создавать дополнительную стоимость, осмотрительно принимая риски. В идеале для управления риском в организации должно быть создано специальное подразделение — отдел управления риском, возглавляемое так называемым риск-менеджером, т.е. руководителем, который занимается исключительно проблемами управления риском и координирует деятельность всех подразделений в плане регулирования риска и обеспечения компенсации возможных потерь и убытков. Оценкой рисков на предприятии занимается менеджер по оценкам рисков. Он разрабатывает, дает рекомендации и руководит программами управления рисками и мероприятиями по предотвращению потерь с целью обеспечить максимальную защиту имущества и капитала предприятия. Проводит расследование и докладывает о несчастных случаях, происшествиях, связанных с продукцией компании, после чего координирует действия страховых компаний и адвокатов. Просматривает и анализирует данные и разрабатывает программы по минимизации рисков. Следит за соблюдением правил техники безопасности, обеспечивает соответствие продукции компании промышленным нормам и требованиям рынка.

Очень важно, чтобы отдел управления риском включал в себя следующие задачи: мониторинга среды предприятия и среды его функционирования, анализа рисков, планирования антирисковых мероприятий и управления в кризисных ситуациях, которые задействованы в процессе управления риском и связаны информационными потоками. Тем не менее руководству фирмы должна принадлежать главная роль в решении проблем управления риском.

В зависимости от планов и финансовых возможностей предприятия в части управления рисками имеются два пути: либо создавать штатный отдел (что больше подходит для крупных предприятий и объединений), либо воспользоваться услугами сторонних фирм (для средних и малых предприятий). На самом начальном этапе процесса управления рисками на предприятиях при комплексном страховании, страховая компания должна будет сама выполнять данную работу, т.е. выявить всевозможные риски на всех этапах производственного процесса, провести их оценку и анализ, подготовить рекомендации по воздействию на риски, составить перечень превентивных мероприятий.

Своевременное обнаружение угроз развития предприятия и минимизация вероятных рисков, в существенной степени стабилизирует саму работу предприятия, способствует снижению потенциальной возможности возникновения кризисной ситуации. Тем самым, повышая производительность предприятия, так как, в случае, если риск будет своевременно выявлен, то в будущем не будет необходимости тратить время и ресурсы на устранение его последствий.

Так, если посмотреть деловую активность предпринимателей по Оренбургской области в 2015 году на сайте ЕМИСС, можно заметить, что индекс предпринимательской уверенности по Оренбургской области в 2015 году составил 28%, за аналогичный период 2014 года этот же показатель был равен 54%, следует сделать вывод, что индекс предпринимательской активности к 2015 году в сравнении с предыдущем сократился почти в два раза. Индекс предпринимательской уверенности свидетельствует о том, что риски для каждого предпринимателя, довольно, высоки и предприниматели не до конца уверены в завтрашнем дне. Рисунок.1

Примерно также себя ведет и индекс экономического настроения, так как эти два показателя зависят между собой.

Рисунок 1. - Индекс предпринимательской уверенности по Оренбургской области 2014-2015 г.г., в процентах.

Таблица 1. - Общая оценка экономической ситуации Оренбургской области в 2014-2015 г.г., в процентах.

Территория	Уровень оценки	Период	2014 год	2015 год
Оренбургская область	благоприятная	I квартал	5,45	5,04
		II квартал	4,47	4,38
		III квартал	4,9	14
		IV квартал	7,07	23,39

Проанализировав еще одни данные об общей оценке экономической ситуации в Оренбургской области по уровню благоприятной оценки за 2014-

2015 года, видно, что за весь 2014 год общая оценка экономической ситуации в Оренбургской области составила 21,89%, а за 2015 год была равна 46,81%, и это все несмотря на то, что в первом полугодие 2015 года были приняты санкции против Российской Федерации, которые также сыграли отрицательный эффект на экономической ситуации в целом? Но способствовали развитию малого и среднего бизнеса направленного на импортзамещение. Далее, можно сделать вывод, что с 2014 года по 2015 год экономическая ситуация в рассматриваемой области улучшилась больше чем в два раза. А, следовательно, такая ситуация должна положительно сказаться на рисках многих предприятий.

Также, необходимо отметить, что развитие собственного производство отразилось и на количестве рабочих мест, рассмотрим таблицу 2.

Таблица 2. - Численность занятых в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности по Оренбургской области в 2014-2015г.г., тыс.человек.

	2014гг.	2015гг.
Всего	67,9	78,6

Численность занятых в сфере индивидуального предпринимательства с 2014 года по 2015 год увеличилась на 10,7 тыс. человек. Показатели численности занятых в экономике Оренбургской области позволяют сделать выводы о стабильной ситуации на рынке предпринимательства и увеличении общего количества жителей города, непосредственно связанных с предпринимательской деятельностью.

Подводя итоги, хочется отметить, что каждое предприятие, заинтересованно в снижении возможных потерь, связанных с риском. Риск - возможность возникновения неблагоприятных ситуаций в ходе реализации планов и выполнения бюджетов предприятия. В то же время необходимо помнить, что риск можно рассматривать не только, как отрицательный эффект, но и положительный. Хорошо известно, что чем выше уровень риска готовящегося к реализации инновационного проекта, тем выше закладываемый уровень рентабельности привлекаемых инвестиций. А также, желание минимизировать негативные последствия предпринимательских рисков формирует объективные предпосылки для возникновения и развития специфических и новых сфер предпринимательской деятельности, таких как страхование, обеспечение экономической безопасности и т.п.

На сегодняшний день необходимо внедрять на предприятия различные новые технологии для оценки рисков и создавать отделы для управления рисками. Именно это поможет предприятию на начальной стадии возникновения угрозы минимизировать или ликвидировать риски.

Литература

1. Воробьев, С.Н. Управление рисками в предпринимательстве / С.Н. Воробьев, К.В. Балдин. - М.: Дашков и К, 2013. - 482 с.
2. Рыхтикова, Н.А. Анализ и управление рисками организации: Учебное пособие / Н.А. Рыхтикова. - М.: Форум, 2012. - 240 с.
3. Уродовских, В.Н. Управление рисками предприятия: Учебное пособие / В.Н. Уродовских. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012. -168 с.
4. <https://www.fedstat.ru/>
5. <http://www.gks.ru/>

Специфика применения инструментов брендинга на российском рынке автомобилей премиум-класса

*М.М. Варавва, студент
Оренбургский государственный университет, Россия
Научный руководитель – М.Ю. Варавва, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье отражены исследования особенностей брендинга как одного из самых активно используемых инструментов маркетинга в деятельности современных компаний. Аргументировано, что брендинг является высокоэффективной технологией завоевания, внедрения и удержания имиджа бренда премиум-продукта. Акцентируется тезис том, что бренд может генерировать высокий уровень приверженности к фирме и ее продукции и донести эмоциональную нагрузку до группы потребителей, на которых она направлена.

Ключевые слова: бренд, брендинг, премиум-класс, маркетинговые технологии, бенчмаркинг, трендсеттинг.

Abstract. The article reflects the study of the specifics of branding as one of the most actively used marketing tools in the activities of modern companies. The author argues that branding is a highly effective technology of the conquest, the introduction and retaining of the purchaser of the image or the brand image of a premium product. The emphasis on the fact that the brand can generate a high level of commitment to the firm and its products and convey emotional weight to group of consumers at which it is aimed.

Keywords: brand, branding, premium, marketing, technology, benchmarking, trendsetting.

Современные авторитетные производители уделяют неустанный внимание своим невещественным артефактам и активам, ключевое место среди которых занимает бренд.

Бренд – это синтез знаний, убеждений и эмоциональных проекций[1]. Бренд создает ассоциации с определенным уровнем качества, статусом и престижем продукта и его создателя, в связи с чем, потребитель готов переплачивать за продукт – носитель бренда[11]. Если сам бренд обращен к эмоциям и уму потребителя, то его индивидуальность — это нечто осязаемое, видимое, способное воздействовать на чувства, что поддерживает, выражает, передает и синтезирует бренд[7], делая его наглядным, отличимым, узнаваемым. Индивидуальность бренда гарантирует большую осведомленность о нем потребителей и помогает производителям расширять бизнес за счет приверженности к марке. Индивидуальные черты бренда проявляются в структуре и идее, которые называют корпоративным стилем (идея бренда фиксируется в символе, логотипе, в деловой документации, внешнем виде продукции, деталях интерьера, рекламе, сигнаже) [2, с.44].

Брендинг является достаточно сложным процессом, включающим различные аспекты управления: индивидуализация, позиционирование, продвижение, поддержание, защиту, совершенствование, улучшение, изменение (объединение, например, кобрендинг).

Брендинг (branding) – маркетинговая деятельность по созданию уникального образа, выделяющего товар среди конкурентов и долгосрочного предпочтения потребителей товару данной фирмы (популярные бренды, формируя имидж компании преследуют цель завоевать доверие потребителей действительно высоким качеством продукта, а не простыми обещаниями) [7]. Бренду необходимо обеспечить доверие к себе через положительный имидж, который оценили бы пользователи. Лояльность бренда обеспечивают уникальные продукты и услуги компании-производителя.

Сегодня есть масса примеров, когда уникальные торговые предложения обеспечили брендам долгосрочный успех и повышенное конкурентное преимущество. Так, шведский «Volvo» свое приоритетное преимущество в предложении заявляет через акценты безопасности: целевая аудитория готова в первую очередь воспринимать тему безопасной езды.

Особого внимания заслуживают бренды продуктов премиум-класса (премиальный бренд). Премиум-бренд адресован, прежде всего, потребителю сегменту, демонстрирующей неэластичный спрос (негибкость к ценовому фактору) [9]. При выборе продукции и принятии решения о покупке в сегменте премиум-класса выступают: аутентичность, изначально заложенное высокое качество, культовая статусность, престижность, комфортность, отражающие превосходство, степень желания приобрести именно этот бренд. Все перечисленное снимает угрозу сравнений или замены, и позволяет добиться максимальной сфокусированности на бренде. Термин «премиум» имеет несколько значений: награда, премия, надбавка, вознаграждение, «выгода сверх ожидаемого» [3,с.20-21], «улучшенный средний класс», когда покупатель согласен переплачивать за бренд. Премиальный бренд несет в себе посыл исключительности, что предопределяет готовность покупателей переплачивать «за имя» или за красивую легенду.

Выделяют две составляющие понятия «премиум»: 1) функциональная (физические характеристики, высокий эталон качества, уникальный дизайн, повышенное внимания к деталям); 2) социально-эмоциональная составляющая, (неосязаемая ценность, имидж, гудвилл производителя, способность удовлетворить рациональные и эмоциональные ожидания покупателей). Продукты премиум-сегмента требуют персонализированного, то есть индивидуального подхода к потребителю[5].

Если говорить об автомобилях премиум класса, то – это неофициальное название автомобилей престижных марок фирм с историей, исключительной репутацией и имеющие в своем модельном ряду преимущественно автомобили высококомфортабельного типа. Но есть примеры, когда молодые неизвестные японские компании, ориентированные на массового потребителя, были вынуждены выводить искусственные бренды для производства роскошных автомобилей: так, Honda выпустила Acura, Toyota – Lexus, Nissan – Infiniti.

Необходимо отметить, что автомобили премиум-класс обладают особыми характеристиками, не отличаются разнообразием моделей, каждая из которых неповторима и индивидуальна, и соответствует определенным параметрам: длина должна быть более 5000мм., ширина - более 1800мм., четырех- или пятиместным, стоимость варьируется в пределах от 2,5 млн. до 13 млн. рублей[9].

В настоящее время в список 10 «топовых» авто, пользующихся стабильно высоким спросом на автомобильном рынке России входят: Mercedes S klasse; BMW 7 – serie; Audi A8; Lexus LS; Volkswagen Phaeton; Jaguar XJ; Bentley Continental Flying Spur; Maserati Quattroporte; Porsche Panamera; Volvo XC90 [10].

Все премиальные автомобили обладают стабильно высоким имиджевым статусом, который поддерживается не только прямой рекламой, но и умелым пиаром, продакт-плейсментом за счет неявной (скрытой) рекламы, когда герои в сериалах, телепередачах, музыкальных шоу, клипах, книжных и журнальных иллюстрациях используют реквизит, имеющий реальный коммерческий аналог (это может быть сам рекламируемый продукт, его логотип или упоминание о его хорошем качестве). «Премиум» отличается от других сегментов не только высокими технико-технологическими уровнем, опциями, дорогим дизайном и отделкой, но также элитным пакетом обслуживания.

Производители дорогих марок привлекают клиентов не ценами и их снижением, не охватом более широкой категории покупателей, не увеличением продаж, а в первую очередь невластными ценностями бренда. Премиум-сегмент ориентирован на клиента, который сам зарабатывает себе на «дорогой» автомобиль. Поэтому, вместо постоянного снижения цен и организации распродаж, компании, выпускающие премиум-класс предпочитают вкладывать деньги в имиджевые мероприятия: в собственные телеканалы, спонсорство пафосных спортивных турниров, программы лояльности и по-

дарки. Поскольку, скидки в явном виде запрещены маркетинговым кодом, но чтобы не снижать имидж бренда, автопроизводители премиум-класса проводят ежегодно 2-3 акции с весомыми скидками, которые выступают в виде подарков: продуктов КАСКО, опций, аксессуаров, акций по трейд-ин. Автодилеры также вынуждены соревноваться в предоставлении подарков клиентам, которые превращаются в высоко бюджетные мероприятия: дегустации элитных вин, бонусы на посещение ресторана, билеты на презентации, туристические путевки, программы тест-драйвов в экзотической местности, поездки на «Формулу-1» и др.[4]. Поэтому снижение цен на автомобили класса премиум происходит только к моменту морального старения модели и в виде не ценовых, а опционных подарков в целях сохранения имиджа бренда.

Такие маркетинговые ходы более эффективно формируют имидж марки и компании, демонстрируя лояльное отношение к клиенту.

Среди инструментов в брендинге автомобилей премиум-класса следует отметить позиционирование (brand positioning), основанное на создании восприятия бренда в сознании потребителя как базовой ценности. Позиционирование должно передавать потребителю определенные рациональные (свойства продукта, цена), эмоциональные преимущества (ценности, доказательства успеха, стиль жизни, имидж, статус, престижность и пр.).

Позиционирование бренда - это миссия выгоды, заложенная в него и донесенная до адресной аудитории посредством основных атрибутов бренда и системы маркетинговых коммуникаций (включая рекламу) [8].

Структуру позиционирования бренда составляет ряд элементов:

- 1) Природа и сущность бренда (базовая ценность, лежащая в основе бренда).
- 2) Обещание бренда (основная выгода, которую бренд обещает потребителю).
- 3) Рациональные выгоды бренда (что получает потребитель, приобретая бренд).
- 4) Эмоциональные выгоды бренда (какие эмоции испытывает потребитель, выбирая бренд).
- 5) Brand Personality (описание бренда через личностные характеристики).
- 6) Tone of Voice (бренд «разговаривает» с потребителем – как эксперт или как лучший друг) [5].
- 7) Индивидуализация - вербальное и визуальное восприятие бренда (нейминг).

Таким образом, понятие «премиум» обозначает красоту, качество, новизну, эксклюзив, первый класс, роскошь во всем своем проявлении, но и подчеркивает успех, непременно высокий статус, состоятельность, демонстрацию престижного потребления его владельца. Даже в период общего сжатия автомобильных рынков в период экономических спадов, приверженцы премиум-класса не отказываются от приобретения такого автомобиля:

надежность и респектабельность ценят клиенты, которые не желают понижать свой имиджевый уровень, занимают определенный статус в обществе (бизнесмены, политики, топ-менеджеры крупных компаний и др.).

Для процесса брендинга важным моментом является идентификация потребителя. Собираемый портрет владельцев автомобилей премиум-класса таков: молоды, обеспечены и имеют высшее образование, 76 % из них составляют мужчины; в Европе и США у молодых и амбициозных покупателей 30-40 лет востребован стильный автомобиль с привлекательным дизайном и «правильными технологиями». В России и Китае автомобили класса премиум приобретают люди в возрасте 35,5 лет, которые расценивают избранные марки автомобилей как статусные символы, помогающие поддерживать имидж. Поэтому для поколения 30-летних, автопроизводители вводят предложение по расширению линейки «доступного премиума».

Как было отмечено, российский автомобильный премиум-сегмент в период экономического спада 2014-2016 годов выстоял.

Примечательно, что на развитие продаж премиум-сегмента повлияла политика развития брендов массового сегмента. В настоящее время массовые бренды Toyota, Hyundai, KIA, практически вплотную приблизились по цене к моделям премиум-сегмента, однако они уступают по качеству. Это означает, что по цене массового бренда вполне можно купить автомобиль премиум-класса. Но лояльность потребителей по отношению к брендам в премиальном сегменте выше, чем в массовом.

Продажи премиальных марок поддерживают несколько важных факторов: новая концепция автопроизводителей, которые увеличивают количество комплектаций и моделей в нижней ценовой границе премиального сегмента, и желание людей купить автомобиль, который будет дешеветь медленнее (более медленное удешевление премиальных автомобилей связано не только с тем, что они изначально дороже). Они также технологичнее и комфортнее, и поэтому интереснее покупателю.

Специфику премиального сегмента автомобильного рынка рассмотрим на примере продукции автоконцерна «Volvo». Сегодня автомобильный рынок в России насыщен, а «зрелость рынка» прекращает рост среднего сегмента и ведет к неизбежному росту премиум, за счет клиентов, которые расставили приоритеты (имя бренда, качество, технологии и дизайн), и сделали выбор в пользу автомобилей более высокой ценовой и премиальной категории. Можно сказать, что спрос остается стабильным среди постоянных клиентов, поэтому Volvo все больше внимание уделяет работе с клиентской базой и созданию новых привилегий для них. Бренд Volvo имеет свою историю успеха, он узнаваем и достаточно раскручен на мировых авторынках. В настоящее время актуальным для автомобильного брендинга является трансформация бренда за счет построения четких ассоциаций, в соответствии с которыми в умах потребителей марка занимает совершенно определенное место. Хороший брендинг строит сильную марку, и потенциальный покупатель начинает

осознавать, что он желает иметь именно этот автомобиль, а не какой-то другой.

Для российского сегмента автомобилей премиум-класса можно предложить некоторые шаги по поддержке бренда Volvo.

1. Пропагандирование компанией Volvo новых трендов безопасности. Так, отцы-основатели Volvo А. Габриельссон и Г. Ларсон, отмечали: «Автомобилями управляют люди. Поэтому главный принцип, который лежит и всегда должен лежать в основе всего, что мы делаем на VOLVO – это безопасность»[6]. Следуя данной концепции, компания четко обозначила цель к 2020 году — люди не будут гибнуть в ДТП на автомобилях Volvo.

2. Трансформация бренда через эмоционалирование и поддержание лояльности потребителей.

Для большего воздействия на потребителя возможно более активное использование инструментов трендсеттинга путем технологии выявления изменений во вкусах, актуальных и модных тенденциях. Так, если западный потребитель сегодня не акцентирует свое внимание на проблемах ассоциации автомобиля премиум-класса с роскошью (приоритетами становятся пассивная безопасность, экономичность, практичность, полифункциональность), то для российского пользователя акценты на роскоши, статусном и престижном потреблении по-прежнему актуальны. Поэтому для российского рынка Volvo должен сделать ставку на роскошь и через бренд проиллюстрировать свое восприятие роскоши премиум-сегмента.

3. Расширение сервиса дилерской сети за счет проката и лизинга автомобилей класса премиум. Поскольку общемировые тенденции сервисного обслуживания меняются, то необходимо с новыми веяниями сохранять фирменное ядро, создающее общую концепцию системы обслуживания. Автосалоны Volvo расположены по всему миру, что означает разнообразие национального менталитета и культуры потребителей. Поэтому, чтобы поддерживать бренд в программах продвижения должны быть представлены определенные идеи, подходящие для данной национальной культуры, но многие содержали бы и универсальные постулаты, которые стирают культурные границы.

Ментальные и культурные различия должны учитываться в обучении новых сотрудников. Поддержка бренда должна осуществляться через восприятие и понимание персоналом дилерской сети идеи нового стандарта сервиса, основанного на участии, вовлеченности, уважении. Volvo включает в программы развития историю компании, вовлеченность каждого сотрудника в постоянно растущие ожидания клиентов, что способствует повышению уровня сервиса и совершенствования персонала.

4. Альтернативные варианты пользования премиум-автомобилем. Для российских корпоративных пользователей в условиях роста цен на «демократичные» автомобили, сворачивания льготных программ кредитования, снижения активности на вторичном рынке и отложенного спроса на престижные

модели, мотивацией будет являться лизинг (при бюджете 1200-1500 млн. рублей клиент задумывается: приобрести «народное» авто, или не отвлекая средств из оборота предприятия, взять автомобиль класса премиум в лизинг).

В России в настоящее время вполне возможно использование различных схем проката автомобилей Volvo премиум-класса, которые могут достойно поддержать имидж делового человека на переговорах, презентациях, встречах партнеров по бизнесу.

Таким образом, в настоящее время бренды становятся более сложными, многогранными, вызывающими разнообразную эмоциональную реакцию, являются средством обеспечения конкурентного лидерства, способом обеспечения добавочной прибыли для бизнеса в течение длительного времени. Авторитетность премиум-бренда требует постоянных совершенствований и улучшений в целях предвосхищений ожиданий клиентов.

Литература

1. Бенчмаркинг бренда. [Электронный ресурс]. URL: <http://mtc.md/>
2. Варавва М.Ю., Варавва М.М. Факторы успешного ребрендинга и необходимость эмоционального необрендинга на примере компании «Аэрофлот – российские авиалинии» // Бренд-менеджмент. 2016. № 1. с. 44-49
3. Горохов М.А. Товары класса «премиум»: сущность и основные характеристики // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. № 2. с. 20-25
4. Зеленин К. Премиум-класс отказывается снижать цены. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.autonews.ru/>
5. Молчанова З. Что нужно знать, ориентируясь на премиум-сегмент. [Электронный ресурс]. URL: <https://kontur.ru>
6. О бренде Volvo. [Электронный ресурс]. URL: <https://7851111.ru>
7. Панин А. Бренд-бук. Руководство стандартов визуальной идентификации. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.marketing.spb.ru>
8. Разработка позиционирования и стратегии бренда. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.brandlab.ru>
9. Рынок премиум-автомобилей: имидж комфорт, надежность // Петербургский Автосалон. [Электронный ресурс]. URL: <http://avto-salon.com/>
10. TOP 10 автомобилей премиум класса. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zm-avto.ru>
11. Управление брендом. [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.science.wikia.com>

Основные перспективы инновационного развития Оренбургского Облпотребсоюза

*Ю.Н. Агафонова, студент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель – М. С. Косыке, к.э.н., доцент*

Аннотация. В статье рассматриваются направления и тенденции развития инновационных проектов Оренбургского Облпотребсоюза. Анализируется полезный эффект от их внедрения и даются рекомендации по оптимизации их практического использования.

Ключевые слова: потребительская кооперация, оптовая торговля, инновационное развитие, анализ, розничная торговля, инновации, государственная поддержка.

Abstract. The article examines trends and tendencies of development of innovative projects Orenburg Oblpotrebsoyuz. We analyze the beneficial effects of their implementation and recommendations for optimization of their practical use.

Keywords: consumer's cooperation, wholesale, innovation development, analysis, retail, innovation, government support.

Потребительская кооперация – система потребительских обществ, их союзов и созданных ими в целях удовлетворения материальных (имущественных) и иных потребностей членов потребительских обществ и населения. Правовые, организационные, экономические и социальные основы деятельности потребительской кооперации определяются нормами Гражданского кодекса Российской Федерации и Закона РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» [1].

Инновационные процессы необходимы в каждой отрасли экономики страны, так как они являются двигателем развития прогресса, новых технологий и, как следствие, повышения качества товаров и оказываемых услуг.

Инновация – нововведение, новая или усовершенствованная продукция или технология, полученная в результате инновационного процесса. Инновационный процесс научно-исследовательские, опытно-конструкторские и экспериментальные работы, а также работы по изготовлению и эксплуатации новой продукции, новых технологических процессов и новых способов организации производства, труда и управления [3].

С целью развития деятельности предприятия был разработан пилотный проект, направленный на увеличение объемов производства всех видов продукции предприятиями потребительской кооперации Оренбургской области, повышение конкурентоспособности предприятий розничной торговли, интеграция кооперативного производства с системой заготовительной и торговой деятельности, снижение затрат в результате централизации на районном и региональном уровне.

Рисунок 1. Основные предложения инновационных проектов.

В розничной торговле для развития необходимо:

- продолжить работу по развитию прогрессивных форм торговли и за пятилетку перевести на работу по методу самообслуживания 161 магазин – это около 40% от общего количества действующих магазинов, в 10 потребительских обществах более 60% магазинов перевести по этому методу;
- увеличение удельного веса продажи товаров непродовольственной группы в 2017 году до 33%, в 8 потребительских обществах удельный вес возрастет до 48% (2012 г. – 26,3%);
- осуществлять продажу товаров в кредит, которая, в основном, совершается через отделения банков. Удельный вес непродовольственных товаров, проданных в кредит довести в 2017 году до 6%, в 1/3 районах – более 10%;
- стимулирование продажи товаров путем оказания дополнительных услуг в торговле, использование системы материальной заинтересованности покупателей (дополнительные скидки, бонусы, дисконтные карты), продажа товаров по образцам, заказам во всех торговых предприятиях [2];
- обновление, модернизация и максимальное использование торговых площадей, коэффициент использования должен быть более 60%;
- развитие высокоэффективного разъездного обслуживания в малонаселенные поселения, где содержание магазинов нерентабельно, развитие торговли с доставкой на дом;
- расширение торговли сельскохозяйственной продукцией и продукцией собственного производства высокомаржинальной продукции, вырабатываемой из местного сырья натурального происхождения по традиционным рецептам, открытие мясных лавок в крупных населенных пунктах, отделов по продаже мясопродуктов и др. сельхозпродукцией [2];
- принятие своевременных действенных мер по управлению товарным ассортиментом, работа с поставщиками на наиболее выгодных условиях с предоставлением ими бонусов.

Такой подход способствуют расширению торговли, привлечению новых покупателей, позволит обеспечивать поддержание и развитие менее эффективных торговых предприятий, имеющих большое социальное значение для небольших населённых пунктов, развитию развозной торговли [5].

В оптовой торговле предполагается:

- проведение работы по обеспечению закупок товаров для розничной торговли на более выгодных условиях, расширение числа кооперативных организаций, пользующихся возможностью поставки товаров через объединенные закупки потребительского общества «Коопторгбаза», внедрение в практику работы с кооперативными организациями предварительной оплаты при закупке больших партий согласованных групп [2];

Чтобы в результате сотрудничества, консолидации объемов закупки товаров участники потреббщества достигли повышения маржинальности от региональных продаж за счёт снижения закупочных цен, возможности увеличения товарного кредита, а также повышения конкурентоспособности розничной сети потребительской кооперации. Использовании преимуществ по затратам благодаря скидкам при закупке больших партий товаров, транспортировке, упаковке, предложению товаров по сниженным ценам.

- применять стимулирующие системы скидок, бонусов, это позволит продавцам не только удерживать постоянных покупателей, но и привлекать новых

- проводить ярмарки предлагаемых товаров, это даст возможность расширению числа покупателей, внедрению нового товара на рынок и непосредственному сбыту продукции.

В общественном питании предстоит:

- создание образцовых предприятий общественного питания с высокой культурой и уровнем обслуживания, развитие сети специализированных предприятий общественного питания, совершенствование материально-технической базы предприятий общественного питания, оснащение их современным технологическим оборудованием [6];

- увеличение объема собственной продукции общественного питания в 1,3 раза или в 2017 году до 330 млн. руб., открытие магазинов-цехов «Кулинария» в каждом районном центре по продаже собственной продукции, увеличение объемов производства и реализации полуфабрикатов до 50 млн. руб.;

- повышение качества вырабатываемой продукции за счет усиления технологического контроля;

- продолжить работу по переводу выработки продукции собственной продукции в общественном питании в производственную деятельность для достижения его удельного веса до 75% в целях оптимизации расходов;

- организация выездной торговли собственной продукцией в местах массового отдыха населения, садоводческих товариществах;

- активнее принимать участие в выездных мероприятиях как районного, так и областного масштаба;

Таким образом, данные задачи предприятия позволят улучшить качества выпускаемой продукции, повысить культуры обслуживания, что приведет к увеличению количественного состава покупателей, повышение темпов роста отрасли общепита и объема продаж.

В заготовительной деятельности предусматривается:

- всячески способствовать повышению занятости сельского населения, в первую очередь, пайщиков, за счет привлечения их к выращиванию и заготовке сельскохозяйственной продукции, а также крупного рогатого скота, птицы, свиней и ее переработки:

- обеспечение закупки сельскохозяйственной продукции, предлагаемой к реализации малыми формами хозяйствования, расширения ее реализации в городах, на сельскохозяйственных ярмарках, ярмарках выходного дня, производить модернизацию и ввод в действие новых инфраструктурных объектов для заготовки и переработки сельскохозяйственной продукции [2];

- расширения взаимодействия с владельцами личных подсобных хозяйств, фермерскими, другими формами хозяйствования (заключение договоров на закупку сельскохозяйственной продукции, откорм молодняка скота и птицы, оказание услуг по ведению подсобного хозяйства и др.) для производства востребованной качественной продукции и ее последующей реализации в кооперативной торговле и в каждом районе.

Повышение эффективности заготовок позволит увеличить товарооборот, обеспечит устойчивую работу кооперативных организаций и, как следствие повысит уровень оказания услуг сельскому населению. Эффективное взаимодействие сельскохозяйственного производства, заготовительной сферы, перерабатывающих и торговых предприятий является одним из факторов повышения экономической эффективности потребительской кооперации в целом. Нарращивание объемов заготовительной деятельности имеет большое значение для реализации Государственной программы развития сельского хозяйства до 2020 года и защиты интересов безопасности Российской Федерации в сфере продовольственного обеспечения.

В производстве насущной задачей является:

- модернизация и полное обновление производственных предприятий во всех районных потребительских обществах, повышение качества выпускаемой продукции в целях соответствия ее мировым стандартам;

Данный метод приведет к росту производительности труда, улучшению качества продукции, повышению конкурентоспособности на внутреннем рынке.

В качестве перспективного направления выдвигается направление внедрение внутреннего и внешнего бенчмаркинга, что означает

- продолжить работы по распространению опыта работы, передовых достижений лучших районов в целях повышения эффективности хозяйствования путем регулярного проведения учебы с посещением предприятий;

При этом важным является не только проведение самих мероприятий инновационного характера, но и организация учетно-аналитического обес-

печения данного процесса. Так как службы бухгалтерского учета и экономического анализа Оболпотребсоюза, выполняют важные управленческие функции, позволяющие своевременно осуществлять сбор информации, внутренний контроль и оперативное реагирование.

Реализация представленного плотного проекта инновационного развития вместе с предложенными мероприятиями, позволит развивать рыночные механизмы, обеспечивающие рост конкурентоспособности организаций системы, сохранить и расширить сферу влияния кооперативной торговли в районных центрах, вернуть и укрепить ранее утраченные позиции на городских рынках, привести к снижению затрат, повысить качества продукции и предоставляемых услуг сельскому населению.

Литература

1. *1.Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации на 2013 - 2017. М.: Центросоюз РФ, 2001. 112 с.*
2. *Бовин А.А. Управление инновациями в организации: Учебное пособие / А.А.Бовин, Л.Е. Чередникова, В.А. Якимович. – М.: Омега-Л, 2006. – 296 с.*
3. *Федеральный закон «О потребительской кооперации (потребительских обществах и их союзах) в Российской Федерации» (в ред. федеральных законов от 11.07.1997 № 97-ФЗ от 28.04.2000 № 54-ФЗ).*
4. *Постановление Правительства Оренбургской области от 10.09.2013 N 767-пп "Об утверждении государственной программы "Экономическое развитие Оренбургской области" на 2014 - 2015 годы и на перспективу до 2020 года" (вместе с "Государственной программой "Экономическое развитие Оренбургской области" на 2014 - 2015 годы и на перспективу до 2020 года")*
5. *Кравченко И.Н. Перспективы развития потребительской кооперации на современном этапе / И. Н Кравченко // Соц. - экон. проблемы развития потреб. кооперации: - Ставрополь, 2002. ч.4. - С.51-54.*
6. *Сероштан М.В., Ткач А.В. Потребительская кооперация: Учебное пособие / Под общ. редакцией Ткача А.В. - М.: Московский университет потребительской кооперации, 2004. - 218 с.*

Нормативно-законодательные основы трудового воспитания обучающихся в современном образовательном процессе

*В.В. Пахарь, аспирант,
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Россия,
О.В. Приказчикова, к. ист. н.,
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Россия*

Аннотация. Воспитание трудолюбия у детей и подростков является актуальной проблемой современной практики воспитания. Именно поэтому перед каждой образовательной организацией на всех ступенях обучения стоят задачи по формированию трудолюбия у каждого ребёнка, осознанию его социальной роли и по воспитанию отношения к труду как важнейшей жизненной потребности.

Ключевые слова: законодательство, нормативно-правовые акты, образовательная организация, современная практика воспитания, трудовое воспитание, трудолюбие.

Abstract. The Education of diligence in children and adolescents is an actual problem of modern education experience. That's why before each educational organization at all levels of education are the problems of formation of diligence in each child the awareness of its social role and on education attitude to work as the most important necessities of life.

Keywords: legislation, legal acts, educational organization, modern practice of education, labor education, hard work.

В своем выступлении на Всероссийском семинаре-совещании руководителей органов исполнительной власти субъектов РФ, осуществляющих государственное управление в сфере образования, и председателей региональных организаций Общероссийского Профсоюза образования Министр образования и науки РФ Ольга Васильева подчеркнула важность трудового воспитания в современном образовательном процессе: «образование – это учение и воспитание». Васильева отметила, что «трудовое воспитание способствует социализации школьников и будет готовить их «ко всем сложностям жизни», и важную роль в этом процессе играет такой школьный предмет, как технология» [1].

В конце августа 2016 года министр образования и науки России Ольга Васильева в ходе Общероссийского родительского собрания заявила; «трудолюбие должно воспитываться с малых лет» [2].

Процесс трудового воспитания детей и подростков является продолжением государственной политики и правового регулирования отношений в сфере образования, которые основываются на принципах, закрепленных в российском законодательстве (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Нормативно-правовые акты, обеспечивающие трудовое воспитание обучающихся в современном образовательном процессе

Нормативно-правовой акт	Содержание
1) ФЗ РФ «Об образовании в Российской Федерации», статья 3	закрепляет, что «гуманистический характер образования, приоритет жизни и здоровья человека, прав и свобод личности, свободного развития личности, воспитание взаимоуважения, трудолюбия, гражданственности, патриотизма, ответственности, правовой культуры, бережного отношения к природе и окружающей среде, рационального природопользования» [3].
2) Приказ Министерства образования и науки РФ «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура (уровень бакалавриата)»	определяет, что «у обучающихся необходимо воспитывать социально - личностные качества: организованность, целеустремленность, трудолюбие, ответственность, гражданственность, коммуникативность, толерантность» [4].
3) Приказ Министерства обороны РФ «Об утверждении порядка и условий приема в образовательные организации высшего образования, находящиеся в ведении министерства обороны Российской Федерации»	учреждает, что «основными моральными качествами кандидата должны являться: принципиальность, смелость, решительность, мужество, выдержка и самообладание, исполнительность, трудолюбие, честность, целеустремленность, настойчивость, самостоятельность и др.» [5].
4) Постановление Правительства РФ «Об утверждении Положения о статусе воспитанников воинских частей»	устанавливает, что «поощряются воспитанники, добросовестно выполняющие свои обязанности, отличающиеся примерным поведением, высокой успеваемостью, трудолюбием» [6].
5) Приказ Министерства образования и науки РФ «Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 101100 гостиничное дело (квалификация (степень) «бакалавр»)»	утверждает, что «выпускник должен понимать и анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы, проявлять патриотизм, трудолюбие и гражданскую ответственность» [7].
6) Приказ Министерства внутренних дел РФ «Об организации деятельности военного образовательного учреждения высшего профессионального образования внутренних войск Министерства внутренних дел Российской Федерации»	закрепляет, что «основной целью обучения курсантов по индивидуальным планам является воспитание трудолюбия и личной ответственности за качественное освоение программы подготовки, предусмотренной индивидуальным планом обучения» [8].
7) Приказ Министерства обороны РФ и Министерства образования и науки РФ «Об организации деятельности учебных военных центров, факультетов военного обучения и военных кафедр при федеральных государственных образовательных учреждениях высшего профессио-	утверждает, что «одной из основных задач воспитательной работы является формирование и развитие у граждан трудолюбия, добросовестного отношения к учебе и стремления в совершенстве овладеть избранной военно-учетной специальностью» [9].

нального образования»	
8) Письмо Министерства общего и профессионального образования РФ «О специфике деятельности специальных (коррекционных) образовательных учреждений I - VIII видов»	закрепляет, что «обучение труду осуществляется на начальном этапе учитель класса, группы, группы продленного дня для детей с глубокой умственной отсталостью, а на последующих этапах - учитель трудового обучения» [10].
9) Письмо Министерства образования и науки РФ «О направлении методических рекомендаций»	утверждает, что «образовательные программы, реализуемые в организациях, осуществляющих отдых и оздоровление детей, в соответствии с приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 августа 2013 г. № 1008 должны быть направлены на обеспечение духовно-нравственного, гражданско-патриотического, военно-патриотического, трудового воспитания учащихся» [11].
10) Устав (основной закон) Владимирской области	закрепляет, что «государственная политика в сфере образования, науки и культуры в области основывается на принципах: воспитания гражданственности, нравственности, духовности, трудолюбия, уважения к правам и свободам человека, любви к Родине, родному краю, семье, бережного отношения к окружающей среде» [12].
11) Закон Мурманской области (Устав Мурманской области)	определяет, что «органы государственной власти Мурманской области осуществляют содействие признанию и пропаганде приоритета общечеловеческих и национальных ценностей, здорового образа жизни, свободного развития личности, гуманистического характера образования, а также воспитанию гражданственности, трудолюбия, уважения к правам и свободам человека, любви к Родине, семье» [13].
12) Устав Свердловской области	закрепляет, что «органы государственной власти Свердловской области и иные государственные органы Свердловской области в пределах их полномочий содействуют воспитанию у обучающихся и воспитанников образовательных организаций патриотизма, гражданственности, трудолюбия, уважения к правам и свободам человека и гражданина» [14].

Основными ценностями, при работе обучающимися выступают: творчество и созидание, стремление к познанию и истине, уважение к труду, бережливость, целеустремленность и настойчивость.

Особая роль при этом уделяется совместной педагогической деятельности семьи и школы, которая включает: организацию и проведение сов-

местных праздников, организацию экскурсий на производственные предприятия с привлечением родителей, участие родителей в школьных смотрах и конкурсах и т. д.

Педагогу, который прививает трудовое воспитание детям и подросткам следует помнить, что:

1) Трудолюбие - черта характера личности, заключенная в положительном отношении лица к процессу трудовой деятельности. Проявляется трудолюбие в: добросовестности, инициативности, увлеченности и удовлетворенности самим процессом труда, активности. Процесс воспитания трудолюбия будет успешен только в том случае, когда школьник видит и понимает смысл и результаты своего труда.

2) Трудолюбие должно быть направлено на достижение определенного превосходства (некоторых преимуществ) над другими людьми, чтобы вызывать положительные эмоции от своей реализации.

3) Когда учитель отличающийся непоследовательностью и строгостью отвергает группу детей, то у данных ребят формирование трудолюбия чаще всего тормозится под влиянием операциональных трудностей. Если строгий учитель отвергает из класса отдельных учеников, то формирование трудолюбия тормозится под влиянием личностных трудностей.

4) Содержательная характеристика понятия «трудолюбие» как качества личности учащихся, выражается в устойчивом положительном отношении к труду, формирующемся в процессе деятельности и проявляющемся желании, умении трудиться, стремлении приобретать трудовые умения, проявлять творческую самостоятельность в различных видах трудовой деятельности.

5) Цель, усилия и результаты являются основными признаками любого труда. Связи с этим учение становится трудом только при наличии перечисленных выше признаков.

6) С одной стороны школьников может разлагать пустое время препровождение, формируя в них различные порочные наклонности. С другой стороны бездумная загрузка, которая направлена на недопущение безделья или полное отсутствие умного труда будут одинаково пагубны для умственного развития учащихся.

С 2017 года в школах России будут вводиться методические рекомендации по трудовой деятельности. Министр образования и науки призывает педагогов воспитывать «человека, который будет готов трудиться, получать радость от своего труда» и рекомендует директорам школ начать самостоятельно вводить часы трудового воспитания: «Я считаю, что без трудолюбия, без навыков, которым, прежде всего мы обязаны семье и школе, без навыков трудиться ежечасно, ежесекундно, получать успехи от труда, мы не можем жить» - отметила министр [15].

Таким образом, формирование у школьников готовности к труду происходит в таких видах деятельности как: игра, учение, бытовой и производительный труд, техническое творчество и многих других видах деятельности.

Так как эти виды деятельности не тождественны ни трудовой деятельности, ни учебной деятельности, то мы условно можем объединить их под общим названием учебно-трудовая деятельность.

Благодаря осуществлению разнообразных мероприятий, для учащихся средней школы создаются условия по формированию общественно ценных мотивов деятельности, а сам труд приобретает более высокое значение.

В начальном звене трудолюбие у детей формируется достаточно успешно, но существует риск, что в старших классах произойдет снижение уровня его проявления, что может привести к развитию инфантильности у подрастающего поколения. Для противодействия возможному риску необходимо не только осуществлять трудовое воспитание школьников, но и попытаться приобщить обучающихся к трудовому самовоспитанию.

Мы понимаем, что на становление отдельных компонентов трудолюбия школьника влияют особенности воспитательной системы школы, в которой он обучается. Тем не менее, выпускники средней школы получают не только теоретические, но и практические знания, что позволит им быстрее адаптироваться на месте будущей работы.

Литература

1 Ольга Васильева отметила важность трудового воспитания в школе // Режим доступа: <http://www.edu.ru/news/education/olga-vasileva-otmetila-vazhnost-trudovogo-vospitan>

2 Министр образования усилит трудовое воспитание в школах // Режим доступа: <https://republic.ru/posts/72700>

3 Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ (ред. от 30.12.2015 г.) «Об образовании в Российской Федерации». Статья 3. // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174

4 Приказ Минобрнауки РФ от 7.08.2014 г. № 935 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура (уровень бакалавриата)» // Режим доступа: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**

5 Приказ Минобороны РФ от 7.04.2015 г. № 185 «Об утверждении порядка и условий приема в образовательные организации высшего образования, находящиеся в ведении министерства обороны Российской Федерации» // Режим доступа: <http://base.garant.ru/71003986>

6 Постановление Правительства РФ от 21.09.2000 г. № 745 (ред. от 24.12.2014) «Об утверждении Положения о статусе воспитанников воинских частей» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28748

7 Приказ Минобрнауки РФ от 16.09.2010 г. № 936 (в ред. Приказа Минобрнауки РФ от 31.05.2011 г. № 1975) «Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 101100

гостиничное дело (квалификация (степень) «бакалавр»)) // Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/99570>

8 Приказ МВД РФ от 14.01.2005 г. № 22 «Об организации деятельности военного образовательного учреждения высшего профессионального образования внутренних войск Министерства внутренних дел Российской Федерации» // Режим доступа: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**

9 Приказ Минобороны РФ № 666 и Минобрнауки РФ № 249 от 10.07.2009 года «Об организации деятельности учебных военных центров, факультетов военного обучения и военных кафедр при федеральных государственных образовательных учреждениях высшего профессионального образования» // Режим доступа: <http://base.garant.ru/196238>

10 Письмо Министерства общего и профессионального образования РФ от 4.09.1997 г. № 48 (в ред. Инструктивного письма Минобрнауки России от 26.12.2000 г. № 3) «О специфике деятельности специальных (коррекционных) образовательных учреждений I - VIII видов» // Режим доступа: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**

11 Письмо Минобрнауки РФ от 1.04.2014 г. № 09-613 «О направлении методических рекомендаций» // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_158134/96c60c11ee5b73882df84a7de3c4fb18f1a01961

12 Устав (основной закон) Владимирской области от 14.08.2001 г. № 285 (в ред. Закона Владимирской области от 06.07.2009 г. № 64-ОЗ), ст. 87 // Режим доступа: http://constitution.garant.ru/region/ustav_vladim/

13 Закон Мурманской области (Устав Мурманской области) от 26.11.1997 г. (в ред. Закона Мурманской области от 19.05.2008 г. № 966-01-ЗМО), ст. 49 // Режим доступа: http://constitution.garant.ru/region/ustav_murmansk/

14 Устав Свердловской области от 23.12.2010 г. № 105-ОЗ (в ред. Закона Свердловской области от 08.04.2013 г. № 31-ОЗ), статья 107 // Режим доступа: <http://zssso.ru/document/494>

15 В 2017 году в школы вернётся трудовое воспитание // Режим доступа: <http://mel.fm/2016/08/30/labour>

Мировой рынок мобильных телефонов

А. В. Кужман, студент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель – **А.А. Уваров**, к.т.н., доцент

Аннотация. Мобильные телефоны и смартфоны являются неотъемлемой частью жизни современного человека. В настоящее время рынок данных устройств представлен разнообразными моделями множества производителей

лей. В данной статье представлен анализ мирового и российского рынка мобильных устройств, а так же прогноз его дальнейшего развития.

Ключевые слова: рынок мобильных телефонов, смартфон, прогноз, исследование, поставки, операционная система.

Abstract. Mobile phones and smartphones are an integral part of life of the modern person. Now the market of these devices is provided by various models of a great number of producers. In this article the analysis world and Russian a wound of mobile devices, and also the forecast of its further development is provided.

Keywords: market of mobile phones, smartphone, forecast, research, deliveries, operating system.

Возникновение мобильных телефонов берет начало еще с середины двадцатого века, а страной родоначальником являются Соединенные Штаты Америки. Мобильный телефон представляет собой портативное устройство, при помощи которого человек, находясь в любой точке мира, где имеется сотовая связь, может позвонить любому другому. Первые телефоны сложно было отнести к разряду портативных, ибо имели они довольно внушительный размер и вес. Но шло время, технологии не стояли на месте, и уже к концу двадцатого началу двадцать первого веков появились более легкие и компактные мобильные телефоны.

Рынок данного товара с каждым годом совершенствуется и развивается. В настоящее время мы имеем уже не просто переносное средство связи, а более усовершенствованное устройство, включающее в себя набор функций компьютера. Такое устройство получило название смартфон, что в переводе с английского *smartphone* означает "умный телефон".

Согласно данным аналитической компании GSMA Intelligence, число активных SIM-карт на Земле на 2014 год превысило 7,2 миллиарда и продолжает расти в пять раз активнее, чем количество людей, при этом многие люди имеют несколько SIM-карт.

По прогнозам исследователей eMarketer, общее количество смартфонов, находящихся в активном пользовании на планете, впервые должно превысить 2-миллиардную отметку к концу 2016 году и составит 2,16 млрд. против 1,9 млрд. в 2015-м и 1,6 млрд. устройств в 2014 году.

Общее число пользователей смартфонов по мнению экспертов Analysys Mason вырастет в три раза за ближайшие пять лет и превысит отметку в 3,4 млрд. к 2017 году. Тем не менее, темпы прироста новых пользователей смартфонов постепенно замедляются, с 39% в 2011 году, до 29% в 2012 году. В 2013 году снижение притока новых пользователей смартфонов ожидается до 20% (таблица 1).

Таблица 1 - Топ 25 стран по числу пользователей смартфонами за 2013-2018 гг., мил. чел.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	436.1	519.7	574.2	624.7	672.1	704.1
2. US**	143.9	165.3	184.2	198.5	211.5	220.0
3. India	76.0	123.3	167.9	204.1	243.8	279.2
4. Japan	40.5	50.8	57.4	61.2	63.9	65.5
5. Russia	35.8	49.0	58.2	65.1	71.9	76.4
6. Brazil	27.1	38.8	48.6	58.5	66.6	71.9
7. Indonesia	27.4	38.3	52.2	69.4	86.6	103.0
8. Germany	29.6	36.4	44.5	50.8	56.1	59.2
9. UK**	33.2	36.4	39.4	42.4	44.9	46.4
10. South Korea	29.3	32.8	33.9	34.5	35.1	35.6
11. Mexico	22.9	28.7	34.2	39.4	44.7	49.9
12. France	21.0	26.7	32.9	37.8	41.5	43.7
13. Italy	19.5	24.1	28.6	32.2	33.7	37.0
14. Turkey	15.3	22.6	27.8	32.4	37.2	40.7
15. Spain	18.9	22.0	25.0	26.9	28.4	29.5
16. Philippines	14.8	20.0	24.8	29.7	34.8	39.4
17. Nigeria	15.9	19.5	23.1	26.8	30.5	34.0
18. Canada	15.2	17.8	20.0	21.7	23.0	23.9
19. Thailand	14.4	17.5	20.4	22.8	25.0	26.8
20. Vietnam	12.4	16.6	20.7	24.6	28.6	32.0
21. Egypt	12.6	15.5	18.2	21.0	23.6	25.8
22. Colombia	11.7	14.4	16.3	18.2	19.7	20.9
23. Australia	11.4	13.2	13.8	14.3	14.7	15.1
24. Poland	9.4	12.7	15.4	17.4	19.4	20.8
25. Argentina	8.8	10.8	12.6	14.1	15.6	17.0

Что же касается объемов поставок смартфонов, то они вырастут с 700 млн по итогам 2012 года (что составляет 41,2% от общего объема поставок мобильных телефонов), до 1,37 млрд. смартфонов к концу 2017 года (тогда объемы поставок смартфонов будут составлять 70% от всего объема поставок мобильных телефонов). Следует добавить к этому, что по прогнозу к 2017 году переход на более новую модель смартфона станет причиной покупки смартфона в трех случаях из четырех, в то время как сейчас по этой причине покупают смартфоны в менее чем половине случаев.

По данным аналитиков Gartner, около 66% мобильных телефонов, проданных во всем мире в третьем квартале 2014 года, относились к смартфонам. Однако если рассматривать количество пользователей, то здесь доля людей, обладающих «умными» трубками, не превышает 40% по состоянию на конец 2014 года. Смартфонов станет больше обычных телефонов лишь в 2018 году (рис. 1).

Рисунок 1 - Динамика числа пользователей смартфонами и распространенности смартфонов в мире за 2013-2018 гг. (пользователи смартфонов - млн. чел, пользователи мобильных телефонов - %, изменение - %).

В 2018 году на долю смартфонов будет приходиться больше половины мобильных телефонов, которыми пользуются люди по всему миру.

14 января 2016 года аналитическая компания TrendForce опубликовала результаты исследования мирового рынка смартфонов. Эксперты обратили внимание на то, что китайские производители почти догнали лидеров Apple и Samsung по размеру продаж.

По данным TrendForce, в 2015 году общемировые поставки смартфонов выросли на 10,3% относительно предыдущего года и достигли 1,3 млрд. штук. Бренды из Поднебесной вместе взятые выпустили 539 млн трубок или более 40% от общего числа. Чуть больше — 547 млн аппаратов — на двоих подготовили к продаже Samsung и Apple.

Специалисты ожидают, что уже в 2016 году китайские производители станут крупнейшими по поставкам смартфонов, заняв около 45% рынка. Таким образом, почти каждый второй проданный в мире смартфон будет относиться к китайской марке, отмечает аналитик TrendForce Аврил Ву.

В десятке ведущих поставщиков смартфонов по итогам 2015 года семь мест заняли компании из КНР. Выше всех расположилась Huawei, отгрузившая 108 млн смартфонов, что позволило вендору расположиться на третьей позиции вслед за Samsung и Apple.

В последние годы Huawei щедро инвестировала в R&D-направление, а также занималась разработкой собственных мобильных процессоров и накопила богатую интеллектуальную собственность, связанную с чипами. В результате компания смогла укрепить позиции на зарубежных рынках, избежать патентных споров с конкурентами и наладить выпуск продукции, которая по качеству и функциональности не уступает устройствам международных брендов, говорят в TrendForce.

Лидирующим производителем смартфонов в 2015 году осталась Samsung, однако отгрузки у корпорации впервые в истории сократились — на 1,8% до 320 млн единиц. Доля южнокорейского гиганта упала с 28% до 25%. Так же в 2016 году компания отозвала с производства один из послед-

них смартфонов модели Galaxy Note 7. Причиной тому послужила взрывоопасность аккумулятора телефона. В августе 2016 года в сети интернет появились первые жалобы обладателей данного смартфона на то, что ни с того ни с сего их устройство взорвалось. согласно последним новостям имели место быть и случаи с увечьями. Некоторые эксперты отмечают, что проблемы с Galaxy Note 7 начались из-за того, что компания, поняв, что никаких кардинальных изменений в дизайне новых iPhone 7 не предвидится, решила как можно скорее выпустить свои устройства, чтобы успеть «отбить» покупателей у Apple. Поставщикам электроники, из которой собираются Note 7, были поставлены жесткие сокращенные рамки поставок, что и привело к критическим ошибкам при производстве.

На фоне неудач конкурента Apple смогла приблизиться к нему, заполучив в 2015 году 17,5-процентную рыночную долю. Это соответствует 227 млн выпущенных iPhone, что на 17,7% больше, чем годом ранее.

Lenovo, которая в 2014 году замыкала тройку лидеров, год спустя оказалась лишь на пятом месте с 92 млн поставленных смартфонов.

На общемировом рынке поставок смартфонов Windows Phone станет наиболее быстрорастущей ОС в ближайшие пять лет. Тем не менее, доля этой платформы на рынке к 2017 году не преодолеет отметку в 10%. Такие данные приводят эксперты Analysys Mason в своем прогнозе, посвященном общемировым тенденциям развития рынка смартфонов на период с 2012 по 2017 год.

Как отмечается в исследовании, мобильная платформа Windows будет оставаться самой быстрорастущей операционной системой с точки зрения количества поставок устройств на ее базе. Рост составит до 136 млн единиц к 2017 году. Тем не менее, доля смартфонов под управлением Windows на общемировом рынке будет составлять только 9% на общемировом рынке поставок смартфонов в 2017 году. Для сравнения, доля других лидирующих платформ к 2017 году как ожидается составит 23% у Apple и 58% у Android.

Кстати говоря о лидирующей Операционной Системе (далее ОС), Android-смартфоны остаются наиболее предпочтительными благодаря своей простоте использования, а так же своеобразной надежности и дешевизне. В то же время нельзя не отметить растущую популярность iOS - ОС компании Apple. Данная платформа, как отмечают исследователи, является более надежной и "устойчивой" и внедрена во все устройства компании Apple, подчеркивая эксклюзивность продукции.

Эксперты Analysys Mason указывают на то, что наличие третьей значимой мобильной ОС в лице Windows на рынке смартфонов идет на пользу операторам мобильной связи, поскольку это снижает уровень контроля рынка со стороны доминирующих Apple и Google. Это также стимулирует абонентов мобильной связи к тому, чтобы переходить от одной ОС к другой.

Россия не является исключением из стран, где смартфоны и мобильные телефоны имеют большую популярность, хотя по оценкам J'son & Partners Consulting, в первом квартале 2016 года суммарные продажи мобильных те-

лефонов и смартфонов в России снизились на 2 % по сравнению с результатами 1-го квартала 2015 года и на 12 % по сравнению с докризисным 1-м кварталом 2014 года. Общемировой рынок мобильных терминалов в 1-м квартале 2016 года также продемонстрировал отрицательную динамику по отношению к аналогичному показателю прошлого года (рис. 2).

Рисунок 2 - Продажи мобильных телефонов, млн. штук, Россия; мир, 1 квартал 2015- 1 квартал 2016 гг.

Источник: J'son & Partners Consulting, Strategy Analytics

В первую очередь падение объемов продаж можно объяснить существенным насыщением рынка мобильных телефонов.

В свою очередь, российский рынок смартфонов за аналогичный период продемонстрировал рост: 2 % по отношению к 1-му кварталу 2015 года. На российском рынке доля смартфонов в общих продажах мобильных терминалов в натуральном выражении выросла до 70 %. Отметим, что по этому параметру Россия по-прежнему уступает общемировому показателю: по данным компании Gartner, в 1-м квартале 2016 года смартфоны занимали 78 % мирового рынка мобильных терминалов (рис. 3).

Рисунок 3 - Продажи смартфонов, млн. штук, Россия; мир, 1 квартал 2015- 1 квартал 2016 гг.

Источник: J'son & Partners Consulting, Gartner

Как отмечает Мария Заикина, PR-директор компании «Связной», по итогам 1-го квартала продажи смартфонов в России выросли на 7 % в штуках и на 34 % в рублях относительно 1-го квартала прошлого года. Всего в нашей

стране за январь-март реализовано порядка 5,8 млн смартфонов на сумму свыше 70 млрд. рублей. Средняя стоимость смартфона за год увеличилась на 24 % – с 9800 до 12 100 рублей.

В начале 2016 года рынок смартфонов показывает более позитивную динамику как в штуках, так и в рублях относительно аналогичного периода прошлого года. Это связано с несколькими факторами: ростом среднего чека смартфона, а также аномальным спросом 4-го квартала 2014 года.

Рост среднего чека и всего рынка в рублях в 1-м квартале стал возможен за счет увеличения продаж отдельных моделей смартфонов и брендов, в частности iPhone. В 1-м квартале iPhone вновь, как и по итогам всего 2015 года, принесли ретейлерам наибольшую выручку от реализации смартфонов в России. Динамика продажи iPhone в 1-м квартале 2016 года была в несколько раз выше всего рынка в целом. Также значительный рост показали LG, Asus, Lenovo. Все эти бренды входят в топ-5 по доле рынка смартфонов в рублях в России.

Штучные продажи iPhone, Asus, LG, Lenovo также выросли существенно выше рынка: динамика составила от 20 % до 125 % относительно прошлого года в зависимости от бренда.

Еще одной причиной роста в январе-марте 2016 относительно прошлого года стал скачок курсов валют в конце 2014 года, повлиявший на спрос в 1-м квартале 2015 года. Напомним, что часть спроса 1-го квартала 2015 года была реализована еще перед новогодними праздниками, в результате чего рынок год назад сократился.

Таким образом, подводя вывод по всему вышеизложенному, можно сказать, что смартфоны постепенно вытесняют мобильные телефоны с рынка, становясь более продвинутыми и привлекательными для потребителя. В целом в мире прогнозируется рост числа пользователей смартфонов. Лидирующие позиции среди производителей смартфонов остаются и, скорее всего, останутся компании Apple и Samsung. Что касается России, то тут ситуация аналогичная мировой - объемы продаж мобильных телефонов уступают объемам продаж смартфонов.

Литература

1. *Обзор рынка смартфонов [Электронный ресурс] - <http://www.trendforce.com/analysis>*
2. *Смартфоны: мировой рынок [Электронный ресурс] - <http://www.tadviser.ru/index.php/>*
3. *Окончательные данные и анализ для мобильной индустрии [Электронный ресурс] - <https://www.gsmainelligence.com/>*
4. *Worldwide Internet and Mobile Users: eMarketer's Updated Estimates and Forecast for 2015–2020 [Электронный ресурс] - <https://www.emarketer.com/Report/Worldwide-Internet-Mobile-Users-eMarketers-Updated-Estimates-Forecast-20152020/2001897>*

5. <http://www.gartner.com/technology/analysts.jsp>
6. *Российский рынок мобильных телефонов, смартфонов и планшетных ПК. Итоги 1-го квартала 2016 года [Электронный ресурс] - http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/rossiyskiy-rynok-prodaj-mobilnyh-telefonov-smartfonov-i-planshetnyh-pk-itogi-1-go-kvartala-2016-goda-20160621100149*

Деятельность органов местного самоуправления в сфере дошкольного образования

О.А. Чизак, студент
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Россия
Научный руководитель: **О.В. Приказчикова**, к. ист. н.
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Россия

Аннотация. В статье рассматривается деятельность органов местного самоуправления в сфере дошкольного образования. По мнению автора, местные муниципальные органы обладают довольно обширным объемом полномочий в организации деятельности дошкольного образования.

Ключевые слова: сфера образования, полномочия, управление, законодательство, муниципальные образовательные организации.

Abstract. The article examines the activities of local authorities in the sphere of preschool education. According to the author, the local municipalities have a fairly extensive amount of authority in the organization of preschool education.

Keywords: education, authority, governance, laws, municipal educational organization.

Основными элементами муниципальной системы дошкольного образования являются муниципальные бюджетные дошкольные образовательные учреждения, находящиеся на территории муниципального образования со всем их материально-техническим оснащением, управленческие структуры муниципальной администрации, занимающиеся проблемами дошкольного образования, а также потребители образовательных услуг.

В муниципальных районах и городских округах управление в сфере образования осуществляется соответствующими органами местного самоуправления. В г. Оренбурге имеется орган исполнительной власти, осуществляющий управление в сфере дошкольного образования – Управление образования администрации города Оренбурга. О деятельности этого муниципального органа можно ознакомиться на сайте Официального портала города Оренбурга.

Управлением образования г. Оренбурга создан Координационный совет по вопросу организации ФГОС дошкольного образования является «консультативно-совещательным органом, созданным с целью оказания содействия в организации поэтапного введения ФГОС дошкольного образования в образовательных организациях, реализующих образовательные программы дошкольного образования» [1].

Совет создан на период введения ФГОС. В своей деятельности Совет руководствуется Конституцией РФ, законодательством Российской Федерации, законодательством Оренбургской области, нормативными правовыми актами Министерства образования и науки Российской Федерации, министерства образования Оренбургской области, управления образования администрации города Оренбурга.

Основными задачами Совета являются:

- разработка предложений и рекомендаций по вопросам организации введения ФГОС ДО;
- подготовка предложений по координации деятельности Управления образования по подготовке введения ФГОС ДО в дошкольных образовательных организациях, решения актуальных проблем введения ФГОС ДО;
- подготовка предложений о внесении изменений и дополнений в муниципальные нормативные правовые акты по вопросам, касающимся обеспечения введения и реализации требований ФГОС ДО;
- рассмотрение в предварительном порядке проектов нормативных правовых актов по вопросам введения ФГОС ДО;
- участие в подготовке рекомендаций к использованию моделей и механизмов введения ФГОС ДО (на муниципальном уровне и уровне образовательной организации);
- рассмотрение рекомендаций к разработке основной образовательной программы дошкольной образовательной организации;
- участие в организации и проведении научно-практических мероприятий по вопросам введения ФГОС ДО на территории города Оренбурга.

Для выполнения возложенных на него задач Совет:

- принимает решение о создании рабочих групп для подготовки предложений по возникающим проблемным вопросам введения ФГОС ДО;
- регулярно заслушивает информацию о ходе введения ФГОС ДО; готовит предложения о проведении семинаров, совещаний по вопросам введения ФГОС ДО;
- формирует перечень критериев экспертной оценки результатов деятельности педагогов дошкольных образовательных организаций и их объединений по введению ФГОС ДО;
- готовит справочные материалы по вопросам введения и реализации ФГОС ДО, об опыте работы в данном направлении.

Отдельные вопросы управления находятся в компетенции и сфере ответственности образовательного учреждения [2].

К полномочиям органов местного самоуправления муниципальных районов и городских округов по решению вопросов «местного значения в сфере дошкольного образования относятся:

- организация предоставления общедоступного и бесплатного дошкольного, образования в муниципальных образовательных организациях [3].

- создание условий для осуществления присмотра и ухода за детьми, содержания детей в муниципальных образовательных организациях;

- создание, реорганизация, ликвидация муниципальных образовательных организаций (за исключением создания органами местного самоуправления муниципальных районов муниципальных образовательных организаций высшего образования), осуществление функций и полномочий учредителей муниципальных образовательных организаций;

- обеспечение содержания зданий и сооружений муниципальных образовательных организаций, обустройство прилегающих к ним территорий;

- учёт детей, подлежащих обучению по образовательным программам дошкольного образования, закрепление муниципальных образовательных организаций за конкретными территориями муниципального района или городского округа;

- осуществление иных полномочий в сфере дошкольного образования» [4].

Местными органами власти могут быть установлены нормативы финансирования муниципальных бюджетных дошкольных образовательных учреждений за счет средств местных бюджетов (за исключением субвенций, предоставляемых из бюджетов субъектов Российской Федерации). При этом органы местного самоуправления вправе приостановить предпринимательскую деятельность дошкольного образовательного учреждения, если она идет в ущерб образовательной деятельности, предусмотренной уставом, до решения суда по этому вопросу.

В муниципальном образовании «город Оренбург» на сегодняшний день действует 131 дошкольное образовательное учреждение. Из них: «130 – муниципальные бюджетные дошкольные образовательные учреждения, 1 – негосударственное образовательное учреждение. При 4 общеобразовательных учреждениях и 17 учреждениях дополнительного образования, организованы группы дошкольников. Услуги по уходу и присмотра за детьми оказывают 20 индивидуальных предпринимателей» [5].

Муниципальные бюджетные дошкольные учреждения (МБДОУ) осуществляют свою образовательную деятельность в соответствии с Конституцией Российской Федерации. Также МБДОУ руководствуются муниципальным образованием «город Оренбург» в области дошкольного образования, настоящим Уставом, договором об образовании между МБДОУ и родителями (законными представителями) обучающегося (воспитанника), посещающего МБДОУ и другими локальными актами МБДОУ.

Контрольно-надзорные функции в рамках полномочий в г. Оренбург действующим законодательством, могут осуществляться как самим органом управления образованием, так и отдельным специализированным органом исполнительной власти.

Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» «не разграничивает компетенцию представительных органов и местной администрации в области дошкольного образования» [6].

В связи с расширением предпринимательской деятельности в области получения дошкольного образования, так сказать «частных детских садов» многие граждане Оренбурга не могут позволить себе такую дорогостоящую услугу. Следовательно, возникает проблема переполнения муниципальных детских садов и нехватка мест в них.

Местные (муниципальные) органы управления образованием «не вправе самостоятельно принимать к своему рассмотрению вопросы, отнесенные к компетенции государственных органов управления образованием» [7].

Компетенция в области образования разграничивается между муниципальными образованиями разных уровней в порядке, установленном законодательством субъекта Российской Федерации, а между органами самоуправления данного уровня — в порядке, установленном уставом (положением) органов местного самоуправления.

Таким образом, органы местного самоуправления в сфере дошкольного образования располагают достаточно большим объемом полномочий в сфере организации деятельности дошкольных образовательных учреждений на территории муниципального образования. В их число входит планирование, организация, регулирование и контроль деятельности местных (муниципальных) органов управления образованием, дошкольных образовательных учреждений в целях осуществления государственной политики в области образования.

Литература

1 *Распоряжение управления образования администрации города Оренбурга № 784 от 27.12.2013 г. «О создании Координационного совета по вопросам организации введения Федерального государственного стандарта дошкольного образования // Режим доступа: <http://orenschool.ru/pages/modernizaciya-doshkolnogo-obrazovaniya>*

2 *Ковешников, Е. М. Государство и местное самоуправление в России: теоретико-правовые основы взаимодействия : учебное пособие / Е. М. Ковешников. - М. : Дрофа, 2012. – 147 с.*

3 *Братановский, С. Н. Муниципальная система образования в России: правовые основы организации и деятельности / С. Н. Братановский, Ю. Н. Царев. – Волгоград : Перемена, 2007. – 210 с.*

4 *Анализ управления системой образования в регионе // Режим доступа:*

http://knowledge.allbest.ru/management/2c0a65625b3bd78b4c43a88421306c27_1.html

5 Город Оренбург. Официальный портал. // Режим доступа: http://www.orenburg.ru/activities/education/kindergartens_orenburg/

6 Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016), п.7. ч.1. ст. 6 // Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=140174;dst=100002#0>

7 Компетенция органов местного самоуправления в области образования // Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru/administrativnoe-pravo-6/272.htm>

Сравнительный анализ требований к учету и отражению расчетов с дебиторами и кредиторами в МСФО и российских положений по бухгалтерскому учету

*В.А. Симоненко, студентка
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель – М. С. Коське, к.э.н., доцент*

Аннотация. В данной статье отражено исследование проблемы учета дебиторской и кредиторской задолженности, как в российском, так и в зарубежном бухгалтерском учете.

Ключевые слова: дебиторская и кредиторская задолженность, резерв по сомнительным долгам, международные и российские стандарты, инвентаризация задолженности, просроченная задолженность, безнадежная задолженность.

Abstract. This article reflects study on account receivables and payables, both in domestic and in foreign accounting.

Keywords: accounts receivable and accounts receivable, allowance for doubtful accounts, international and Russian standards, the inventory of debt, arrears, hopeless debt.

Исследование проблемы учета дебиторской и кредиторской задолженности является актуальной темой, как в российском, так и в зарубежном бухгалтерском учете. Целью исследования является изучение и обобщение основных особенностей регулирования методики учета дебиторской и кредиторской задолженности по международным стандартам финансового учета и отчетности (МСФО) и сравнение их с российскими стандартами бухгалтерского учета.

Что касается международного бухгалтерского учета, то следует отметить, что в МСФО нет специального стандарта, который посвящен учету и отражению в отчетности дебиторской и кредиторской задолженности. Определение дебиторской и кредиторской задолженности, их классификация и порядок отражения в учете регулируются МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка». К кредиторской задолженности также применяется МСФО (IAS) 37 «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы». В МСФО (IAS) 32 «Финансовые инструменты: раскрытия и представление информации» содержится информация об отражении дебиторской и кредиторской задолженностям в финансовой отчетности. [13]

По мнению Юрия Ровенского заведующего кафедрой «Банковское дело», доктора экономических наук, профессора РЭУ им. Г.В.Плеханова кредиторская задолженность определяется, как «обязательство оплатить товары или услуги, которые были получены или поставлены и на которые либо были выставлены счета - фактуры, либо они были формально согласованы с поставщиком». [14]

При работе с покупателями всегда существует риск неоплаты. Создание резерва по сомнительным долгам снижает такие риски. Важным моментом при оценке учета дебиторской и кредиторской задолженности, является проведение инвентаризации расчетов и формирования резерва под обесценение дебиторской задолженности (резерва сомнительным долгам) согласно международной практике.

Цель инвентаризации по МСФО - это выявление просроченной дебиторской задолженности для работы с сомнительными долгами и подтверждение балансовых данных на определенную дату. [12] Она проводится для того, чтобы соблюсти принцип консервативности, не завысить активы компании и не ввести пользователей в заблуждение. Инвентаризация проводится как выборочно, так и сплошным методом.

Управление дебиторской задолженностью является составной частью общей системы управления оборотными активами любой организации.

От управления дебиторской задолженностью в значительной мере зависит как оборачиваемость, так и рентабельность оборотных активов предприятия. Дебиторская задолженность в соответствии, как с международными, так и с российскими стандартами бухгалтерского учета определяется как суммы, причитающиеся компании от покупателей (дебиторов). [13]

В частности, что касается дебиторской задолженности, то в соответствии с IAS 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» продавец, осуществляющий продажу в кредит, с полной определенностью может считать, что некоторую часть дебиторской задолженности в конечном итоге будет невозможно взыскать. [8]

Рисунок 1 - Проведение инвентаризации дебиторской и кредиторской задолженности

В случаях, когда ожидается, что дебиторскую задолженность невозможно будет взыскать полностью, в учете создается резерв на покрытие безнадежной дебиторской задолженности. Эта операция выполняет две функции:

а) безнадежная задолженность относится на расходы того отчетного периода, в котором реализация привела к возникновению такой задолженности (принцип соответствия, в соответствии с которым расходы и связанные с ними доходы, должны отражаться в том же периоде);

б) дебиторская задолженность на конец отчетного периода оценивается по чистой цене реализации, т. е. в сумме денежных средств, которые ожидается получить.

Не существует какого-либо единого правила для определения того, когда задолженность становится безнадежной.

Проведя сравнение международных стандартов и российских положений по бухгалтерскому учету можно выделить мнение к. э. н., руководителя экономического департамента компании «Алькор и Ко» (ТМ «Л'Этуаль», «Брокард», «Бон Жоли») - Виктора Шапкина.

Рисунок 2 – Индикаторы невозможности взыскания задолженности

Для учета дебиторской задолженности по МСФО он предлагает следующие практические рекомендации:

- В части дебиторской задолженности следует руководствоваться принципом осмотрительности (чтобы не завысить активы).
- Авансы выданные и переплату по налогам рекомендует раскрывать в разделе «Дебиторская задолженность». В отдельных случаях их можно классифицировать как «расходы, оплаченные авансом».
- Для трансформации дебиторской задолженности использовать счета: 60.2 «Авансы выданные»; 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»; 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами».

Данные критерии признания активов и обязательств применимы и в международной практике.

Для признания дебиторской и кредиторской задолженности в учете используются общие критерии признания активов и обязательств. Чтобы актив или обязательство были признаны, требуется одновременное соответствие следующим критериям:

- существует высокая вероятность получения (оттока) экономических выгод, связанных с данным активом (обязательством);
- стоимость актива или обязательства может быть надежно оценена.

Рассмотрим порядок проведения инвентаризации расчетов и формирования резерва под обесценение дебиторской задолженности (резерва сомнительным долгам) согласно международной практике.

Цель инвентаризации по МСФО - это выявление просроченной дебиторской задолженности для работы с сомнительными долгами и подтверждение балансовых данных на определенную дату. [14] Она проводится для того, чтобы соблюсти принцип консервативности, не завысить активы компании и не ввести пользователей в заблуждение.

Инвентаризация проводится как выборочно, так и сплошным методом.

В международной практике распространена инвентаризация дебиторской и кредиторской задолженности аудиторами. При этом акты сверки на бланке организации за подписью ответственных лиц направляются дебиторам и кредиторам с указанием в качестве обратного адреса почтовых реквизитов аудиторской организации.

В МСФО существует две основные формы актов сверки:

Рисунок 4 – Основные формы актов сверки

В акте сверки отрицательной формы указываются сумма дебиторской или кредиторской задолженности компании на определенную дату и просьба прислать обратно акт сверки только в случае несогласия контрагента с указанной суммой. При неполучении ответа задолженность считается подтвержденной. В акте сверки положительной формы содержится просьба выслать обратно акт сверки в любом случае. Сумма задолженности по данным компании может указываться, хотя в международной практике этого делать не рекомендуется, чтобы контрагент отразил в акте сумму задолженности в соответствии со своим учетом.

Способ формирования резерва по сомнительной задолженности описывается в пояснительной записке к финансовой отчетности и в учетной политике.

Наиболее распространенным является смешанный способ - резерв начисляется в отношении некоторых дебиторов, о которых известно, что вероятность взыскания их задолженности является низкой (судебный процесс по взысканию долгов, процедура банкротства), а в отношении остальных дебиторов резерв начисляется в зависимости от времени просрочки.

Необходимо деление задолженности по срокам ее погашения.

Рисунок 5 – Задолженность по срокам ее погашения

Требование о начислении резерва по сомнительным долгам содержится в пункте 70 Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации (далее - Положение).

В международных стандартах создание резерва по сомнительной дебиторской задолженности пока входит в сферу регулирования МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка». Экономический смысл начисления данного резерва - обесценение дебиторской задолженности при наличии признаков обесценения и приведение суммы дебиторской задолженности в балансе к возмещаемой сумме, если ее балансовая стоимость превышает возмещаемую сумму.[8]

Под возмещаемой суммой в соответствии с МСФО (IAS) 39 понимается приведенная стоимость будущих ожидаемых потоков по финансовому активу, дисконтированная по первоначальной эффективной ставке. Так как дебиторская задолженность в общей массе носит краткосрочный характер, то будущие выплаты не дисконтируются, а просто оценивается номинальная сумма, которую компания может получить от неблагонадежного контрагента.

В итоге можно сказать, что однозначных подходов к регулированию методики учета дебиторской и кредиторской задолженности нет. Регулиро-

вание методики должно регламентироваться учетной политикой организации.

Рисунок 6 - Создание резерва по сомнительным долгам

Хочу согласиться с мнением к.э.н., руководителя экономического департамента компании «Алькор и Ко» - Виктора Шапкина. В частности с принципом осмотрительности, чтобы не завышать активы, а также, что авансы выданные и переплату по налогам следует отражать в разделе «Дебиторская задолженность». В иных же случаях классифицировать как «расходы, оплаченные авансом».

Каждая организация должна проводить инвентаризацию дебиторской и кредиторской задолженности, после чего определить срок погашения данной задолженности, а также ее вид. Срок погашения дебиторской задолженности - представляет собой средний промежуток времени, в течении которого компания, продав свою продукцию, ожидает поступления денег. Определяет в днях среднее время оборота дебиторской задолженности с учетом изменения размера выручки от продаж. В свою очередь можно сказать, что согласно международной и Российской практики, срок погашения дебиторской и кредиторской задолженности является аналогичным

После инвентаризации задолженности она может быть признана безнадежной. Безнадежной задолженность признается тогда, когда истек установленный срок исковой давности, а также в соответствии с гражданским законодательством, когда обязательство прекращено вследствие невозможности его исполнения на основании акта государственного органа или ликвидации организации.

Также хотелось бы отметить, что списание долга в убыток вследствие неплатежеспособности должника не должно является аннулированием за-

долженности. Эта задолженность должна отражаться за бухгалтерским балансом в течение пяти лет с момента списания для наблюдения за возможностью ее взыскания в случае изменения имущественного положения должника.

Суммы кредиторской и депонентской задолженности, по которым срок исковой давности истек, должны списываются по каждому обязательству на основании данных проведенной инвентаризации, письменного обоснования и приказа (распоряжения) руководителя организации и относятся на финансовые результаты у коммерческой организации или увеличение доходов у некоммерческой организации.

В свою очередь каждая организация вправе разработать свой алгоритм учета дебиторской и кредиторской задолженности и прописать его в учетной политике.

Литература

Нормативное регулирование

1. *Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (с последними изменениями от 2.10. 2016);*
2. *Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (с последними изменениями от 29.09.2016);*
3. *Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/1999. Утверждено приказом Минфина РФ от 06.05.1999 №32н, с последними изменениями от 08.11.2010 №144н (по тексту - ПБУ 9/99);*
4. *Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/1999. Утверждено приказом Минфина РФ от 06.05.1999 №33н, с последними изменениями от 08.11.2010 №144н (по тексту - ПБУ 10/99);*
5. *Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» ПБУ 1/2008. Утверждено приказом Минфина РФ от 06.10.2008 №106н с последними изменениями от 18.12.2012 №144н (по тексту - ПБУ 1/08);*
6. *Положение по бухгалтерскому учету «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы» ПБУ 8/2010. Утверждено приказом Минфина РФ от 13.12.2010 (по тексту - ПБУ 8/10);*
7. *Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н) (ред. от 27.06.2016);*
8. *Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н) (ред. от 27.06.2016);*

9. *Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 27.06.2016 N 98н);*
10. *Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 37 «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы»;*
11. *Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 32 «Финансовые инструменты-раскрытия и представление информации»;*
Учебные пособия
12. *Вахрушина М.А., Мельникова Л.А., Пласкова Н.С. Международные стандарты учета и финансовой отчетности 2013. – 320 с.;*
13. *Соснаускене О.И. Как перевести российскую отчетность в международный стандарт 2014. – 272 с.;*
14. *Умрихин С. А., Ильина Ю. В. Применение МСФО 2015. – 432 с.;*
15. *Кубасова К.А., Коське М.С. Профессиональное суждение бухгалтера при расчетах с разными дебиторами и кредиторами Символ науки. 2016. № 3-1. С. 90-93.;*
16. *Иванова В.Г. Вопросы учета расчетов с дебиторами и кредиторами в торговой организации Управленческий учет. 2014. № 5. С. 69-78.*

Сравнение Российских стандартов аудиторской деятельности и Международных стандартов аудита.

*М.А.Наследова, студент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель: И.В.Воюцкая, к.э.н., доцент*

Аннотация. В статье рассмотрены сравнительный анализ положений федеральных стандартов аудиторской деятельности и международные стандарты аудита по получению аудиторских доказательств, необходимых для аудита финансовой отчетности.

Ключевые слова: Аудиторские доказательства, достоверность, аудитор, аудируемое лицо.

Abstract. In the article the comparative analysis of the provisions of the Federal auditing standards and international auditing standards to obtain audit evidence necessary for the audit of the financial statements.

Keywords: Audit evidence, reliability, auditor, audited entity.

В настоящее время вопрос перехода российских аудиторов на международные стандарты аудита уже не стоит, теперь это только дело времени. Федеральным законом от 01.12.2014 N 403-ФЗ внесены соответствующие изменения в ч. 1 ст. 7 Федерального закона от 30.12.2008 N 307-ФЗ "Об ауди-

торской деятельности". Данные изменения вступили в силу с 2 декабря 2014 г.

Согласно этим изменениям "аудиторская деятельность осуществляется в соответствии с международными стандартами аудита, которые являются обязательными для аудиторских организаций, аудиторов, саморегулируемых организаций аудиторов и их работников, а также со стандартами аудиторской деятельности саморегулируемых организаций аудиторов. На территории РФ применяются международные стандарты аудита, принимаемые Международной федерацией бухгалтеров и признанные в порядке, установленном Правительством Российской Федерации".

В данной статье будут изложены некоторые наблюдения и выводы, сделанные в ходе проведенного сравнительного анализа МСА и национальных стандартов действующих в данный момент времени на территории РФ.

Не секрет, что российские национальные стандарты аудиторской деятельности никогда не писались с нуля, они всегда создавались на основе международных аналогов. Такой подход, безусловно, оправдан, поскольку международные стандарты аудита базируются на глубоких фундаментальных знаниях и многолетнем опыте. Однако данная практика имеет и свои минусы, в частности, обусловленные тем, что многие определения и устойчивые словосочетания, давно использующиеся в деловом обороте международной аудиторской практики, в России не всегда широко применяются, а буквальный перевод неоднозначно трактуется относительно отечественной финансовой терминологии. Кроме того, международные стандарты периодически обновляются, дорабатываются, а российские стандарты не всегда успевают за этим процессом.

Национальные стандарты аудиторской деятельности вводились и изменялись довольно непоследовательно, с различными интерпретациями одних и тех же определений и терминов, поэтому иногда бывает сложно понять смысл некоторых норм и правильно применить их на практике.

На сегодняшний день сложилась такая ситуация, когда одна часть национальных стандартов аудиторской деятельности практически полностью копирует нормы международных стандартов, а другая устарела и не соответствует международным аналогам. По которым последние из принятых национальных стандартов аудиторской деятельности практически полностью копируют нормы аналогичных актуальных на сегодня международных стандартов аудита, в частности:

- ФСАД 5/2010 "Обязанности аудитора по рассмотрению недобросовестных действий в ходе аудита" (аналог МСА 240 "Обязанности аудитора в случае выявления недобросовестных действий в ходе аудита финансовой отчетности");
- ФСАД 6/2010 "Обязанности аудитора по рассмотрению соблюдения аудируемым лицом требований нормативных правовых актов в ходе аудита" (аналог МСА 250 "Учет законодательных и нормативных актов при аудите финансовой отчетности");

- ФСАД 7/2011 "Аудиторские доказательства" (аналог МСА 500 "Аудиторские доказательства");
- ФСАД 8/2011 "Особенности аудита отчетности, составленной по специальным правилам" (аналог МСА 800 "Особые аспекты: аудит финансовой отчетности, подготовленной в соответствии с принципами специального назначения");
- ФСАД 9/2011 "Особенности аудита отдельной части отчетности" (аналог МСА 805 "Особые аспекты: аудит отдельных финансовых отчетов, конкретных элементов, счетов и статей финансового отчета").

Отдельно следует отметить МСА 600 "Особые аспекты: аудит финансовой отчетности группы (включая работу аудиторов подразделений)", который был реализован в виде Рекомендаций по проведению аудита консолидированной финансовой отчетности, одобренных Советом по аудиторской деятельности 26 марта 2013 г., протокол N 8. При этом, несмотря на то что документ введен в виде Рекомендаций и изменена структура документа, его содержание существенно не отличается от международного стандарта.

На сегодняшний день международным стандартам аудита пока соответствуют федеральные стандарты, посвященные аудиторскому заключению: ФСАД 1/2010 "Аудиторское заключение о бухгалтерской (финансовой) отчетности и формирование мнения о ее достоверности" (аналог МСА 700 "Формирование мнения и заключение по финансовой отчетности"), ФСАД 2/2010 "Модифицированное мнение в аудиторском заключении" (аналог МСА 705 "Модифицированное мнение в заключении независимого аудитора"), ФСАД 3/2010 "Дополнительная информация в аудиторском заключении" (аналог МСА 706 "Параграф о важных обстоятельствах и о прочих сведениях в заключении независимого аудитора"). Однако уже в январе 2015 г. Международная федерация бухгалтеров приняла обновленные редакции аналогичных международных стандартов, а также внесла изменения в другие связанные с ними стандарты. Изменения ввелись в действие с 15 декабря 2016 г. Существенные различия МСА и ФСАД.

Среди федеральных стандартов аудиторской деятельности, положения которых существенно расходятся с аналогичными действующими сегодня международными стандартами аудита, можно привести такие стандарты, как:

- ФПСАД N 1 "Цель и основные принципы аудита финансовой (бухгалтерской) отчетности" (аналог МСА 200 "Общие цели независимого аудитора и проведение проверки в соответствии с международными стандартами аудита");
- ФПСАД N 2 "Документирование аудита" (аналог МСА 230 "Документирование аудита");
- ФПСАД N 3 "Планирование аудита" (аналог МСА 300 "Планирование аудита финансовой отчетности");
- ФПСАД N 4 "Существенность в аудите" (аналог МСА 320 "Существенность в планировании и выполнении аудита").

МСА 200 "Общие цели независимого аудитора и проведение аудита в соответствии с международными стандартами аудита" является одним из основополагающих стандартов, на который ссылаются все другие международные стандарты аудита с указанием того, что их следует рассматривать только в совокупности с ним. К сожалению, данный стандарт, определяющий основные обязанности аудитора, общие цели аудита и раскрывающий многие ключевые определения аудита, не реализован в его актуальном виде в российских федеральных стандартах. Это, в свою очередь, значительно затрудняет понимание федеральных стандартов аудиторской деятельности, принятых позднее.

Например, при введении последней редакции ФПСАД N 8 "Понимание деятельности аудируемого лица, среды, в которой она осуществляется, и оценка рисков существенного искажения аудируемой финансовой (бухгалтерской) отчетности" (аналог МСА 315 "Выявление и оценка рисков существенного искажения через изучение деятельности и коммерческого окружения организации"). Исчезло конкретное нормативное определение аудиторского риска, а также его составляющих: риска необнаружения, неотъемлемого риска и риска средств контроля. Вместо этого появилось понятие риска существенного искажения. У многих данный Стандарт вызвал больше вопросов, чем понимание того, как должен осуществляться процесс оценки рисков в ходе проведения аудита. Напротив, МСА 200 содержит все указанные определения, в том числе риска существенного искажения, который, в свою очередь, состоит из двух элементов: неотъемлемого риска и риска системы контроля. Трудности в понимании положений ФПСАД N 8 обусловлены также тем, что в России до сих пор не был принят стандарт, определяющий порядок действий аудитора, выполняемых в ответ на выявленные риски, и устанавливающий взаимосвязь дальнейших аудиторских процедур с выявленными рисками. В международной практике такой стандарт есть - это МСА 330 "Аудиторские мероприятия по противодействию выявленным рискам". Среди важных положений МСА 230 "Документирование аудита", отсутствующих в российском аналоге, стоит отметить, например, определение широко применяющегося в мировой практике "меморандума о завершении", указание случаев возможного отступления от требований МСА, а также рекомендуемого периода создания окончательной версии аудиторского файла не позднее 60 дней после даты аудиторского заключения.

Национальные стандарты аудита в РФ были разработаны с учетом МСА. Следует отметить, что реализовать требования международных стандартов аудита можно было двумя способами: принять МСА в качестве обязательных для выполнения, как и поступили многие страны; разработать оригинальные документы, в которых учитывались бы требования МСА. Кардинальный переход на международные стандарты аудита с обязательной отменой российских стандартов осуществляется в соответствии с внесенными изменениями в ст. 7 п. 1 Федерального закона «Об аудиторской деятельности». Сейчас МСА переводят на русский язык, а затем переведенные стандарты

планируется признать в установленном Правительством РФ порядке. Согласно с законодательством международные стандарты аудита должны быть признаны Россией к июлю 2017 года, таким образом, МСА станут обязательными с 1 января 2018 года.

Литература

1. *Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements.* URL: <http://www.ifac.org>.
2. *Handbook of the Code of Ethics for Professional Accountants.* URL: <http://www.ifac.org>.
3. *Постановление Правительства РФ от 23.09.2002 N 696 "Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности"* // URL: www.consultant.ru (дата обращения: 29.12.2014).
4. *Приказ Минфина России от 16.08.2011 N 99н "Об утверждении федеральных стандартов аудиторской деятельности и внесении изменения в федеральный стандарт аудиторской деятельности (ФСАД 5/2010) "Обязанности аудитора по рассмотрению недобросовестных действий в ходе аудита", утвержденный Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 17 августа 2010 г. N 90н"* // URL: www.consultant.ru (дата обращения: 29.12.2014).
5. *Приказ Минфина России от 17.08.2010 N 90н "Об утверждении федеральных стандартов аудиторской деятельности"* // URL: www.consultant.ru (дата обращения: 29.12.2014).
6. *Приказ Минфина России от 20.05.2010 N 46н "Об утверждении федеральных стандартов аудиторской деятельности"* // URL: www.consultant.ru (дата обращения: 29.12.2014).
7. *Приказ Минфина России от 24.02.2010 N 16н "Об утверждении федерального стандарта аудиторской деятельности "Принципы осуществления внешнего контроля качества работы аудиторских организаций, индивидуальных аудиторов и требования к организации указанного контроля. ФСАД 4/2010"* // URL: www.consultant.ru (дата обращения: 29.12.2014).
8. *Международные стандарты аудита и контроля качества: Сборник. В 3 т. International Federation of Accountants, 2016. 1616 с.*

Современное состояние мирового туризма

К. А. Осипова, студентка
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель - **А. А. Уваров**, к.т.н., доцент

Аннотация. Данная статья посвящена мировому туризму, в ней раскрывается современное его состояние, рассказывается в целом о путешествии-

ях, о факторах, которые способствуют тому, чтоб люди путешествовали. Также в статье проанализировано состояние туризма самых успешных стран и состояние туризма России, показано чем привлекателен отечественный отдых и рассмотрены перспективы его развития.

Ключевые слова: туризм, мировой туризм, современное состояние туризма, российский туризм, туризм успешных стран.

Abstract. This article is devoted to the international tourism; it reveals the current state of tourism and talks about the travel and the factors that help to ensure that people have the opportunity to travel. The article also analyzed the state of the most successful tourism countries and the state of Russian tourism. It shows attractive sides of domestic recreation and the prospects of its development.

Keywords: tourism, world tourism, the current state of tourism, the Russian tourism, tourism of successful countries.

Люди путешествовали всегда. Путешествовали и древние народы, которые населяли Средиземноморье, Дальний и Средний Восток, для них это было настолько увлекательным, что они оставляли записи о своих поездках, с помощью которых позже изучались искусство путешествия, его философия, языки, традиции, религии, обычаи разных стран.

Туризм всегда был привлекателен, а на протяжении последних десятилетий наблюдается постоянный его рост на международном уровне. По данным Всемирной Туристической Организации, мировой туристский бизнес возрастает каждый год приблизительно на 3-4%, даже несмотря на кризисы. Также он является одной из самых высокодоходных отраслей экономики и на его долю приходится около 6 % мирового валового национального продукта, 9 % валового внутреннего продукта. Также в сфере туризма создано 235 млн. рабочих мест, что составляет 8% от мирового рынка занятости.

Туризм оказывает влияние на всю связанную с ним инфраструктуру. Современному туризму сопутствует высокий уровень развития транспорта, сферы услуг, социальной сферы, все это превращает туризм в высокодоходную отрасль экономики. От развития этой важнейшей отрасли зависит экономика большинства стран мира, так как туризм является одним из главных источников валютных поступлений в страну, объем которых позволяет поддерживать в стране высокий уровень развития экономики. В настоящее время туризм является одним из ведущих направлений политической, культурной, экономической и социальной жизни общества, именно поэтому его исследование представляет большой интерес.

При успешном развитии, туризм становится одним из важнейших элементов, который позволяет достигнуть стратегические цели страны или государства, повысить уровень развития и благосостояния, обеспечить население занятостью, повысить уровень удовлетворения потребностей, а также создать условия для повышения потенциала государства и укрепления его позиций

на международной арене. Развитая сфера туризма может значительно повысить качество жизни, качество услуг.

Туристский спрос зависит от ряда факторов. Некоторые из них хотелось бы рассмотреть подробнее.

На эффективное формирование рынка туризма и предложения туристских услуг влияет природный фактор. Прежде всего, это наличие рекреационных ресурсов. Люди путешествуют с целью поправить свое здоровье, отдохнуть от больших и сильно загрязненных городов, насладиться природой. В связи с этим для отпуска больше всего подходят места с лучшей экологией, богатые лесными, водными ресурсами.

Демографические изменения тоже оказывают значительное влияние на принятие решений в сфере туризма. Чтобы рос туристский спрос, необходимо учитывать желания клиентов. Например, если в стране сокращается рождаемость, то увеличивается число путешественников пожилого возраста, запросы которых сильно отличаются от молодых людей, предпочитающих более активный отдых. В обратной ситуации при увеличении рождаемости увеличивается число туристов с маленькими детьми, их потребности существенно отличаются от потребностей пожилых людей и это должно учитываться. В связи с этим предлагаются различные услуги и различные курорты, чтобы каждый турист отдыхал в свое удовольствие.

Не менее важная роль у политико-правового фактора, ведь от стабильности в стране и ее политического режима зависит въезд и выезд потока туристов. Последние события в мире еще раз доказывают это.

Следующая группа факторов – это факторы культурного и общественного характера. Они включают духовные и социальные потребности человека. Путешествуя, люди изучают культуру и традиции других народов, у каждого есть свои предпочтения, желания познакомиться с национальными особенностями того или иного государства.

Также можно упомянуть о личностно-поведенческих факторах, которые формируются из интересов людей и их предпочтений, а также потребностей, которые предпочитает удовлетворить человек. Цели и мотивы поездки у каждого свои, их огромное множество, поэтому туроператоры стараются подобрать большое многообразие курортов, чтобы каждый нашел что-то себе по душе.

Туристский рынок выполняет многочисленные функции: информационную, посредническую, регулирующую, ценообразующую, стимулирующую, созидательно-разрушительную и дифференцирующую, однако в качестве его основополагающих функций можно выделить следующие:

1. реализация стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте;
2. организация процесса доведения туристского продукта до потребителя (туриста);
3. экономическое обеспечение материальных стимулов к труду.

В античные времена основными мотивами людей путешествовать были торговля, образование, лечение, паломничество. В Древней Греции зародились и поездки спортивного характера. Со всего мира приезжали спортсмены на Олимпийские игры, там были как участники, так и болельщики. В эпоху Ренессанса и Просвещения молодые дворяне нередко отправлялись в тур по Европе, посещая Италию, Швейцарию, Германию, Нидерланды, Англию и Францию.

Но массовый туризм все же зародился после Второй Мировой войны. Тогда в спросе и предложении на него произошли коренные изменения, туризм приобрел широкие масштабы.

К началу XXI века туризм стал одним из ведущих направлений социально-экономической, культурной и политической деятельности большинства государств и регионов мира. С учётом внутреннего туризма, почти половина населения земного шара ежегодно становится туристами. Туризм занимает значительное место и в международных отношениях: из 7 млрд. человек на планете ежегодно около 1 млрд. ежегодно посещают зарубежные страны в туристических целях.

Если проследить динамику туризма за последние годы, то можно увидеть, что количество международных туристов достигло в 2015 году 1,138 миллионов человек, что на 51 миллион больше, чем в 2013-2014 годах. А в настоящее время, по данным ЮНВТО, международные туристские прибытия увеличились на 3-4 %. [2]

По словам исполнительного директора Всемирной туристской организации Марсио Фавилла, рост мирового рынка туризма в 2016 году составил 4%. Устойчивый рост наблюдается в направлениях с развитой туристической инфраструктурой.

Также серьезное падение цен на нефть в 2015 году привело к падению цен на авиатопливо. Следовательно, цены на авиабилеты стали ниже, что сделало их более доступными в глобальном смысле, это привело к росту туризма.

Чтобы оценить в полной мере масштабы туризма и значительный к нему интерес, я хотела бы рассмотреть несколько стран, которые являются некоторыми из самых посещаемых стран мира. Это Франция, Соединенные Штаты Америки и Испания.

Франция является самой посещаемой страной в мире. В последнее время, каждый год ее посещает около 83 миллионов иностранных граждан, 800 тысяч приходится на туристов из России, это составляет 10% въездного туристского потока, а 83% туристского потока приходится на жителей европейских стран, в основном это то немцы, англичане, бельгийцы, голландцы, швейцарцы и скандинавы. Доходы от экономики туризма там составляют 10,5-11 % ВВП Франции, а средние расходы на одного туриста составляют около 650 долларов.

Такую высокую посещаемость можно объяснить хорошо развитой туристической инфраструктурой Франции, включающей транспорт, обще-

ственное питание, отели и гостиницы, предложение большого количества товаров и сувениров, а также прекрасной организацией туров.

В стране сосредоточено 38 объектов, входящих в список всемирного культурного наследия ЮНЕСКО.

Главным культурным центром страны является Париж. Ресурсы культурно-познавательного туризма Парижа – 134 музея, 48 театров и концертных залов, римско-католические и другие соборы. Наибольшее количество посетителей привлекает Диснейленд – самый крупный в Европе парк развлечений. Париж также привлекателен своими замками в долине реки Луары, бывшими резиденциями монарших особ: Шенонсо (посещает 950 тыс. туристов в год), Блуа, Шамбор, Амбуаз, Азэ-ле-Ридо.

Привлекает туристов и знаменитый Лазурный берег с его курортами (Канны, Ницца), Пиренеи и Альпы со своими горнолыжными курортами, остров Корсика и страна басков. [6]

В Соединенных Штатах Америки туризм является ведущей отраслью, которая каждый год привлекает миллионы туристов, предоставляет им свои услуги. Люди приезжают в США, чтобы полюбоваться разнообразными достопримечательностями страны, посмотреть на природу, известные города, памятники архитектуры. Уже в конце 19 века самые крупные города страны, такие как Нью-Йорк, Бостон, Вашингтон, а также Сан-Франциско стали принимать небывалое число клиентов.

Широкое распространение автомобилей и самолетов в конце прошлого века привело к тому, что люди стали путешествовать еще активнее.

Число туристов 2013 года превысило 67 миллионов человек, при этом они потратили в совокупности 126,2 млрд. долл.

В США сосредоточен огромный рекреационный потенциал и множество музеев и достопримечательностей. Например, в Штатах находятся четыре самых известных музеев мира из десяти: Метрополитен в Нью-Йорке, музей искусств в Чикаго, Национальная галерея в Вашингтоне и музей Гетти в Лос-Анджелесе.

В США также велик внутренний туристский рынок, даже несмотря на то, что американцы путешествуют недолго из-за непродолжительного отпуска. Данный рынок отражает огромные размеры страны и ее населения. Туристы-американцы любят путешествовать по своей стране в выходные дни.

Испания с шестидесятых годов стала излюбленным отдыхом для туристов Центральной и Северной Европы. По данным ЮНВТО, в 2013 году, Испания по посещаемости была третьей в мире, после Франции и США. Чем же она так привлекательна?

Испания – страна, богатая историей и культурой. Здесь сохранились древние города и поселения разных народностей, которые жили раньше на Пиренейском полуострове. Туризм в Испании развивается огромными темпами. Испанию посещает свыше 57, 7 миллионов туристов в год. За историю испанского туризма больше всего эту страну посещали в 1992 году. Тогда были проведены Олимпийские игры в Барселоне, Всемирная выставка «Экс-

по-92» состоялась в Севилье, и европейским городом культуры был признан Мадрид – столица Испании.

Страна, являясь одним из главных центров международного туризма, специализируется, в основном, на пляжном туризме. В Испании находится около 2000 пляжей, их суммарная длина составляет тысячи километров вдоль береговой линии. Самые известные курорты – курорт Коста-Бланка и Коста Брава. Пляж Родас, расположенный в Галисии, неоднократно получал звание самого лучшего пляжа не только Европы, но и всего мира.

В Испании расположено великое множество термальных родников, имеющих удивительные лечебные свойства. Курорты Мурсия, Уэска, Жирона и Гранада славятся специальным лечением.

Королевский дворец Мадрида является одним из самых больших в Европе. Там расположен музей с картинами Рафаэля, Тициана и Эль Греко.

Также мне хотелось бы рассказать о туризме в России, хоть наша страна и не так успешна в данной отрасли, как рассмотренные ранее, но мне хотелось бы сказать о том, что у нее есть огромный потенциал, который нужно развивать и использовать.

Достаточно взглянуть на карту нашей страны, чтобы понять, что туристские ресурсы России неисчерпаемы. Однако исследования показывают, что более 60% россиян, выезжавших в зарубежные туры, и не догадываются, что те же удовольствия можно получить у себя дома. Причем речь идет не только о красоте родной природы или лечебных факторах отечественных курортов. Но и об уникальных возможностях для событийного, экстремального, приключенческого и многих других видов туризма. И получается, что ресурсная база внутреннего туризма задействована на 10-15%. В итоге в сфере внутреннего туризма отсутствует полноценный товарно-денежный обмен – основа экономического развития любой отрасли. Денежные же средства россиян, которые, собственно, и должны стать основой отрасли самоинвестирования, вывозятся за рубеж. [1]

Одними из наиболее привлекательных туристских ресурсов России является историко-культурное природное наследие. Россия традиционно воспринимается как страна, внесшая огромный вклад в мировую культуру. Кроме того, на территории страны сконцентрировано множество уникальных памятников истории и культуры. Многие из этих объектов поистине уникальны и могут быть отнесены к мировым сокровищам культуры.

На территории России находится 20 объектов, состоящих в Списке всемирного наследия ЮНЕСКО, из них, 13 – как объекты культурного наследия.

Основу историко-культурного и природного потенциала России составляют объекты, которые целесообразно классифицировать по их характеристикам следующим образом: музеи и музеи-заповедники; национальные парки; исторические города и поселения. [4]

Важную роль в формировании культурного потенциала России и развитии туризма играют движимые памятники, хранящиеся в фондах музеев.

Не меньшую роль играют национальные парки, которых насчитывается 35. Во многих из них сохраняется не только природное наследие, но и уникальные историко-культурные объекты.

Все же, в настоящее время, туризм России активно развивается. Въездной турпоток в Россию по итогам девяти месяцев 2015 года стал рекордным за последние семь лет, по данным Росстата, Россию за этот период посетило почти 20,7 млн человек, что на 8% больше по сравнению с 2014-м, сообщили в Ростуризме. При этом структура въездных турпотоков постепенно меняется. Количество путешественников, прибывающих в Россию из стран Азии, Ближнего Востока и Латинской Америки, растет. В 2015 году наибольший прирост относительно аналогичного периода 2014 года дал Иран, который впервые вошел в топ-20 стран-лидеров международных прибытий в Россию. Количество туристов из Аргентины выросло на 28%, из Тайваня – на 23%, из Китая – на 21%, из Гонконга – на 18%, из Республики Корея – на 13%», - говорится в сообщении. [5] По данным Всемирной туристской организации к 2020 году приезд в Россию станет одним из самых популярных туристских направлений, а россияне станут самыми активными путешественниками. Также отмечается изменение структуры въезда-выезда в пользу въезда, в соотношении 60,7% по въезду к 39,3% по выезду. Это будет способствовать развитию внутреннего туризма и улучшению баланса экспортно-импортных операций по статье «туризм».

В заключении, хотелось бы рассказать о родной Оренбургской области, в которой тоже есть свои интересные и даже уникальные места.

Оренбургская область знаменита своими степями, здесь есть даже институт Степи, и, конечно, степной заповедник. Также, Оренбургская область богата лесами, которые охраняются. Например, национальный парк «Бузулукский бор» - его площадь 57 тысяч гектаров, большая часть территории - пески, образованные из пермских отложений, и великолепные сосны. Со всех сторон огромный сосновый бор окружен лиственным лесом.

Любителей народного промысла привлекут традиционные пуховые платки, необычайно тонкой работы, с оригинальным узором и отделкой. Купить их можно в специальных сувенирных киосках, или заказать мастеру. Для тех, кто отправляется в путешествие, чтобы поправить свое здоровье, в Оренбургской области есть бальнеологический курорт Гай. Популярные места для туризма связаны с чудесами природы - например, причудливая гора Верблюд, похожая на лежащего верблюда, только верблюд этот - 20 метров высотой.

В Оренбургской области расположен знаменитый курорт Соль-Илецк. Озера курорта с минеральной водой и донными глинами обладают особыми целительными свойствами и сопоставимы с Мертвым морем.

Любителей более древней истории заинтересует Змеиная гора села Михайловка, где в песчаниках обнаружено множество останков морских беспозвоночных юрского периода.

Богатая история Оренбурга отражена в экспозиции краеведческого музея, основанного в 1930 году при сотрудничестве интеллектуальной элиты города и автора "Толкового словаря живого великорусского языка" В.И. Даля. Здание музея является памятником архитектуры XIX века, а богатейшая коллекция включает все материальные свидетельства ушедших эпох.

Таким образом, можно сказать, что туризм действительно является глобальной отраслью, представляющей огромный интерес. В настоящее время он развивается все более интенсивно и привлекает огромное количество путешественников. Люди могут найти уголок по своему вкусу и своим интересам. Путешественников принимают многие страны, создавая комфортные условия для их отдыха, организовывая экскурсии.

А в России цель политики развития сферы туризма на ближайшие годы состоит в формировании современного конкурентоспособного туристского комплекса, удовлетворяющего потребности как российских, так и иностранных граждан в туристских услугах.

Литература

1. Джанджугазова Е.А., Первунин С.Н. «Российский туризм: анатомия кризиса». *Российские регионы: взгляд в будущее*. 2015. №1 (2). С.116-129
2. Глазьев С.Ю. «Мировой экономический кризис как процесс смены технологических укладов». *Журнал «Вопросы экономики»*, №3, 2009. С. 26-38
3. Медведев Д.А. «Новая реальность: Россия и глобальные вызовы». *Вопросы экономики*. 2015. №10. С.5-29
4. Дроздова К.С. Современная финансовая политика России: проблемы и перспективы// Молодой ученый. – 2015. - №12. -С.413-415
5. Интернет-ресурс, Росстат, URL: <http://www.gks.ru/>
6. Гагарцева А.В., Калоева З.Ю. «Организация культурно-познавательного туризма Франции». *Журнал «Научно-исследовательские публикации»*. -2014- №8(12)

Правовое регулирование корпоративного управления

*М.В. Краснова, студент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель – О.С. Лазарева, к.э.н., доцент*

Аннотация. В данной статье рассматриваются определение, сущность, принципы и модели корпоративного управления. Проблемы и особенности корпоративного регулирования.

Ключевые слова: корпоративное управление, государственное регулирование, хозяйственные общества, хозяйственные субъекты, судопроизводство.

Abstract. In this article describes the definition, essence, principles and models of corporate management. The problems and features of corporate regulation.

Keywords: corporate management, government regulation, business entities, undertakings, proceedings.

От того, какие процессы и структурные изменения происходят в динамике и уровне развития национальной экономики, зависит очень многое в жизни страны, а главным образом на это влияют субъекты хозяйственной деятельности. В последнее время хозяйственные общества занимают преобладающие позиции в российской экономике. Заметно просматривается тенденция к увеличению количества субъектов хозяйствования. Следовательно, особое внимание уделяется контролю над их деятельностью. Обостряется необходимость регулирования в области корпоративного управления, так как область деятельности хозяйственных обществ значительно расширяется. Хозяйственные субъекты интегрируют, взаимодействуют с рынком, концентрируют факторы производства, реализуют на рынке множество коммерческих операций. В связи с развитием в области корпоративного управления, в корпоративной деятельности стали всё чаще наблюдаться различного рода нарушения законодательства. Что приводит к многочисленным искам и судопроизводству. Это говорит о том, что даже с существующей обширной теоретической базой по корпоративному управлению, всё же возникают вопросы, касающиеся особенностей практической деятельности хозяйственных субъектов. В связи с этим, в законодательных источниках осуществляются частые поправки и изменения. Нагромождение многочисленных нововведений отягощает ведение судебных процессов и приводит к отсутствию единства в судебной практике. По этой причине судебные разбирательства затягиваются, а иски становятся неактуальными к моменту внесения государством поправок.

Таким образом, в настоящее время актуальным является более детальное рассмотрение сущности корпоративного управления, его моделей и принципов, изучение проблем, связанных со способами перехода корпоративного контроля в экономических субъектах, особенностями правового регулирования данных отношений.

Цели, стоящие перед нами: ознакомление с проблемами в области корпоративно-управленческой деятельности, выявление слабых и несовершенных сегментов законодательства в данной сфере. Рассмотрение практических примеров связанных с регулированием функционирования хозяйственных субъектов.

Объектами изучения являются: корпоративное управление и нормативно-правовая база, субъекты, механизмы, принципы и модели корпоративного управления.

На сегодняшний день в Российской Федерации создан и учрежден основной юридический массив, отвечающий за правовое регулирование в процессах создания, функционирования, а также ликвидации организационных форм корпоративных отношений, встречающихся в рамках предпринимательской деятельности. В правовой базе разбираются определение, сущность и субъекты корпоративного управления.

Понятие корпоративного управления является актуальным, оно рассматривается множеством экономистов, учёных, теоретиков, профессоров и других деятелей науки, и имеет различные трактовки:

И.Ю. Бочарова понимает корпоративное управление как комплекс мер и правил, которые помогают акционерам контролировать руководство компании и влиять на менеджмент с целью максимизации прибыли и стоимости предприятия. [4, С. 6]

Также, упоминают о том, что корпоративное управление является сложной системой, включающей в себя широкую инфраструктуру А.В. Пилипенко и О.С. Лазарева. [7. С. 48]

Ознакомившись со всеми вышеперечисленными понятиями, можно сделать вывод, что: корпоративное управление можно рассматривать и как систему, опираясь на которую осуществляется управление и контроль за деятельностью предпринимательских организаций, и как модель, которая призвана регулировать взаимоотношения менеджеров компании и их владельцев и согласовывать интересы и цели различных заинтересованных сторон, обеспечивая тем самым эффективное функционирование компаний.

Зная и опираясь на определение корпоративного управления, важно вникнуть в его суть, чтобы понять в дальнейшем механизмы осуществления его регулирования. Изучением корпоративного управления и определением его сущности, как уже говорилось, занимаются многие деятели науки, например, такие как: А.Б. Агеев, С.П. Бортников, И.Ю. Бочарова и прочие. Также изучая суть корпоративного управления, мы опирались на формулировку Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). [Электронный ресурс]. URL:<http://cyberleninka.ru/article/n/article/n/osobennosti-sovremennogo-korporativnogo-zakonodatelstva-v-rossiyskoy-federatsii>.

И.Ю. Бочарова, занимающаяся изучением корпоративного управления, подразумевает под ним, систему взаимоотношений между менеджерами компании и её владельцами по вопросам защиты интересов владельцев и других заинтересованных сторон. Оно изучает устройство и реализацию власти в отношении организации. [4. С. 7]

Опираясь на вышеперечисленных авторов, можно сформулировать сущность корпоративного управления.

В широком смысле корпоративное управление рассматривается как процесс осуществления власти хозяйствующими субъектами, определяющийся типами контроля, интересов и собственности, характером целевых установок деятельности предприятия и его руководства, также как организационная модель, которая призвана, с одной стороны, регулировать взаимоотношения между менеджерами компаний и их владельцами, с другой - согласовать цели различных заинтересованных сторон, обеспечивая таким образом, эффективное функционирование компаний. Корпоративное управление относится к внутренним средствам обеспечения деятельности корпораций и контроля над ними. Корпоративное управление также определяет механизмы, с помощью которых формулируются цели компании, определяются средства их достижения и контроля над ее деятельностью.

Существует множество принципов корпоративного управления. Изучая их, мы опирались на таких авторов как: С.П. Бортников, И.Ю. Бочарова, В.Р. Веснин, В.В. Кафидов, Ю.Б. Винслав, В.М. Распопов и В.В. Распопов.

Ю.Б. Винслав предлагает следующую классификацию социальных принципов корпоративного управления:

1. Принцип методологического и информационного сотрудничества ведущих национальных корпораций и власти в процессе разработки документов.

2. Принцип определенности, регламентации и стабильности состава функций и методов регулирования крупного бизнеса.

3. Принцип разумной открытости крупного бизнеса власти и обществу, объективности и полноты информирования широкой общественности о результатах, приоритетах и ценностях ведущих корпоративных объединений.

4. Принцип признания наличия зон «взаимного невмешательства», т.е. невмешательства крупного бизнеса в вопросы, относящиеся к прямой прерогативе власти и наоборот.

5. Принцип ответственности руководителей корпоративных структур перед обществом и государством за состояние контролируемых сфер экономики.

6. Принцип функционирования института независимости и квалифицированной государственно-общественной экспертизы по проблемам формирования инвестиционных программ ведущих корпораций.

Системная методология и расширенная теоретическая база позволяет сформулировать основные принципы реализации корпоративного управления:

1. Принцип целостного подхода к организации управления корпоративного субъекта;

2. Принцип обеспечения синергетического эффекта;

3. Принцип установления эффективных связей с внешней средой.

4. Принцип координации действий между уровнями корпоративного управления.

5. Принцип организации эффективного управления корпоративным субъектом.

6. Принцип конструктивного взаимодействия собственников капитала с менеджментом.

7. Принцип повышения уровня конкурентоспособности.

Широко рассматриваются, изучаются и применяются модели корпоративного управления.

В зависимости от того, является ли корпоративная собственность сконцентрированной в руках отдельных лиц или распыленной, на практике существуют две модели осуществления корпоративного контроля, рассматриваемые В.Р. Весниным и В.В. Кафидовым.

При концентрированной собственности используются механизмы внутреннего контроля; при распыленной - внешнего. [5. С. 64]

Механизм внешнего (аутсайдерского) контроля состоит из ряда элементов:

1. Корпоративного законодательства. В России оно представлено Гражданским кодексом, законами «Об акционерных обществах», «О рынке ценных бумаг», «О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг» и пр.

Этот механизм контроля требует особого внимания и отдельного рассмотрения. Поэтому в перспективе необходимо отдельно осветить способы осуществления контроля и регулирования корпоративного управления.

2. Контроля со стороны финансового рынка, основанного на угрозе поглощения корпорации или перехода ее в чужие руки, что автоматически приводит к смене управляющей команды.

3. Контроля со стороны заемщиков, основанном на угрозе банкротства при невыполнении долговых обязательств.

4. Контроля со стороны независимых директоров, защищающих интересы акционеров.

Инсайдерская (внутренняя) модель реализации корпоративного контроля характеризуется следующими основными особенностями:

1. Акции сосредоточены в руках относительно небольшого числа владельцев.

2. Им принадлежат рычаги власти, на основе владения большинством голосующих акций, или, на основе установления контроля над остальными акционерами.

3. Применяются дополнительные меры по закреплению руководящих работников на своих постах.

4. Преобладает банковское финансирование.

Рассмотренные принципы корпоративного управления должны осуществляться на практике, так как это является единственным критерием их достоверности.

Так как, корпоративное право, как уже упоминалось, достаточно обширная экономическая область, она включает в себя множество субъектов:

Основные группы субъектов, имеющих отношение к Корпорации:

1. Акционеры, которые являются собственниками капитала.
Категории акционеров в России:

- внешние акционеры;
- государство;
- инвесторы (неконсолидированные вкладчики);
- внутренние акционеры;
- администрация;
- трудовой коллектив.

2. Менеджеры, находящиеся в подчинении акционеров. Они осуществляют текущий контроль.

3. Работники, выполняющие производственные, обслуживающие, управленческие и иные операции.

4. Партнерские предпринимательские структуры.

5. Центральные и местные властные органы.

Все эти субъекты в той или иной степени могут претендовать на участие в корпоративном управлении.

Таким образом, важно отметить, что изначально деятельность в корпорации должна быть отлажена и урегулирована. Должны быть налажены связи и установлены пределы делегируемых полномочий на всех уровнях управления, усилен менеджериальный контроль. Действующее законодательство квалифицирует корпоративные права как разновидность обязательственных – согласно абз. 2 п. 2 ст. 48 ГК РФ к юридическим лицам, в отношении которых их участники имеют обязательственные права, что говорит о высоком уровне ответственности. Должны быть четко прописаны должностные обязанности и полномочия управленцев. Так как практика показывает, что множество судебных исков подаётся с обвинениями относительно менеджеров. Их действий (бездействия) в интересах корпорации. Если начинать с порядка внутри корпорации, то изменения будут ощутимы и на уровне внешнего (аутсайдерского) контроля. Работа, осуществляемая властными органами в отношении регулирования корпоративных отношений, будет облегчена, это отразится на законодательных актах. С меньшим трудом будет сформулирована нормативно-правовая документация по регулированию отношений внутри корпораций. Так же законодательно должны быть осуществлены следующие преобразования: в обязательном порядке, должны быть рассмотрены способы легального перехода корпоративного контроля и его восстановления. Также важно устранить юридическое и техническое несовершенство, коллизии действующего законодательства.

Проанализировав и осмыслив вышесказанное, мы также пришли к выводу, что принципы Ю.Б. Винслава являются наиболее сущностными. Они отражают основные идеи корпоративного управления. А модели рассмотренные В.Р. Весниным и В.В. Кафидовым до сих пор имеют широкое применение на практике и так же отражают сущность механизма осуществления корпоративного управления.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (в последней редакции) // <http://base.consultant.ru>.
2. А.Б. Агеев. Создание современной системы корпоративного управления в акционерных обществах: Вопросы теории и практики/ А.Б. Агеев. – М.: ВОЛТЕРС КЛУБЕР, 2010. – 276 с.
3. С.П. Бортников. К теории корпоративных отношений. Постановка проблемы: Учебник/ С.П. Бортников. – М.: Статут, 2010. – 271 с.
4. И.Ю. Бочарова. Корпоративное управление: Учебник/ И.Ю. Бочарова. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 368 с.
5. В.Р. Веснин, В.В. Кафидов. Корпоративное управление: Учебник/ В.Р. Веснин, В.В. Кафидов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 272 с.
6. Д.В. Ломакин. Корпоративное правоотношение: Учебник/ Д.В. Ломакин. – М.: Статут, 2008. – 511 с.
7. А.В. Пилипенко и О.С. Лазарева *The Seventh International Conference of Economic Science: Сборник трудов конференции/ Пилипенко А.В. и Лазарева О.С.* – М.: "East West" Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH (Вена), 2015. – 80 с.
8. В.М. Распопов, В.В. Распопов. Корпоративное управление: Учебник / В.М. Распопов, В.В. Распопов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 352 с.
9. Электронно-библиотечная система – «Znanium» – Режим доступа: <http://znanium.com>
10. Научная электронная библиотека – «Cyberleninka» – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>

Концептуальные подходы к составлению бухгалтерской отчетности по Российским и Международным стандартам.

*Н.М.Гарнова, студентка
Оренбургского филиала РЭУ им. Плеханова, Россия
Научный руководитель – М.С.Коське, к.э.н., доцент*

Аннотация. В статье рассмотрены роль и значение международных стандартов финансовой отчетности как элемента стандартизации системы бухгалтерского учета. Под стандартизацией учетных процедур понимается разработка унифицированного набора стандартов, применимых в любой стране, в результате чего отпадает необходимость создания национальных стандартов. Концептуальные основы бухгалтерского учета в рыночной экономике России сегодня близки требованиям международных стандартов, но на практике все еще остаются факторы, не позволяющие считать бухгалтерский учет в РФ полностью удовлетворяющим МСФО.

Ключевые слова: Международные стандарты финансовой отчетности; российские стандарты бухгалтерского учета; бухгалтерская финансовая отчетность; международные отношения.

Abstract. The article considers the role and significance of international financial reporting standards as an element of the standardization of the accounting system. Standardization of accounting procedures is understood as the development of a unified set of standards applicable in any country, as a result of which there is no need to create national standards. The conceptual basis of accounting in the market economy of Russia today is close to the requirements of international standards, but in practice there are still factors that do not allow accounting in the Russian Federation to be considered fully compliant with IFRS.

Keywords: International Financial Reporting Standards; Russian accounting standards; Financial accounting; international relationships

За последние годы увеличилось число крупных российских компаний, которым приходится в силу различных причин составлять отчетность согласно правилам Международных стандартов финансовой отчетности (далее – МСФО). Она необходима, если ценные бумаги организации котируются на фондовых биржах, а также при наличии иностранных инвесторов, кредиторов или контрагентов.

В настоящее время все больше предприятий сталкиваются с необходимостью предоставлять отчетность, составленную по МСФО. Следовательно, все актуальней становится информация о правилах перевода российских бухгалтерских отчетов на МСФО.

Развитие бизнеса, сопровождающееся возрастанием роли международной интеграции в сфере экономики, предъявляет определенные требования к единообразию и понятности применяемых в разных странах принципов составления бухгалтерской отчетности. Это необходимо для того, чтобы наши предприятия, выходящие на международные рынки, были их полноправными участниками, а стандарты бухгалтерского учёта объективно отражали деятельность и имущественное положение компаний. [4]

Что касается отличий и расхождений между Российской системой бухгалтерского учета и международной, то они приводят к значительным расхождениям в финансовой отчетности, составляемой в России и западных странах.

По причине этих различий многие российские предприятия, развивающие деловые международные отношения, в настоящее время нуждаются в том, чтобы их финансовая отчетность была подготовлена с учетом требований международных стандартов финансовой отчетности. И, прежде всего, необходимо обратить внимание на наиболее существенные отличия, с которыми придется столкнуться российским пользователям финансовой (бухгалтерской) отчетности.

На протяжении долгого времени отчетность по международным стандартам ассоциировалась с отчетностью, подготовленной в иностранной валюте (как правило, в долларах). Это одно из наиболее распространенных заблуждений в отношении международных стандартов.

На самом деле подавляющее большинство российских компаний должны готовить отчетность в национальной валюте - российских рублях. В соответствии с МСФО, при составлении бухгалтерской отчетности, она должна быть подготовлена в денежных единицах одинаковой покупательной способности. [5]

Оценка активов является важным, но далеко не единственным отличием между данными российской отчетности и отчетности, подготовленной в соответствии с МСФО. Хотя в российских стандартах и декларируется соблюдение тех же принципов подготовки отчетности, что и в международных, на практике нередко их не соблюдают. Например, вопрос признания активов и обязательств в российских правилах бухгалтерского учета даже не рассматривается. Поэтому в составе активов в российском балансе могут числиться объекты, которые никогда не будут приносить экономических выгод.

Проблема признания активов и обязательств имеет и другой ракурс. В российском учете операции отражаются только те ресурсы, которые принадлежат организации на праве собственности после того, как они найдут свое документальное отражение в виде счетов-фактур, решений судебных органов и т.п. Поэтому показатели эффективности использования активов, рассчитанные по данным российской бухгалтерской отчетности, искажают результаты работы организации. [4] При подготовке отчетности в соответствии с МСФО необходимо признать в отчетном периоде и те расходы, которые имеют место в компании, но не имеют документального подтверждения. В итоге в международной отчетности расходы и, соответственно, обязательства признаются раньше, чем в российской. Основные различия, как правило, связаны с периодом признания прочих доходов и расходов: например, начисление штрафов и пени по договорам с контрагентами, а также с порядком расчета резервов, например резервов по гарантиям.

При подготовке отчетности в соответствии с МСФО возрастает роль профессионального суждения бухгалтера. В отличие от российских стандартов бухгалтерского учета (далее - РСБУ), где многое регламентировано, и бухгалтер действует просто по заданному алгоритму, при подготовке международной отчетности оценки финансово-экономических служб имеют очень важное значение. На практике большинство российских компаний до сих пор используют нормы амортизационных отчислений. Они не всегда соответствуют реальным срокам эксплуатации активов и, следовательно, не всегда верно отражают расходы компаний в части амортизационных отчислений. То же относится и к оценке дебиторской задолженности. Если в российском учете само создание резервов обязательно, оно является элементом учетной политики, но на практике к резервам подход может быть формаль-

ным, то по МСФО резервы создаются не только по просроченной, но и по текущей задолженности. При этом именно финансово-экономические службы компании определяют, в каком размере создается такой резерв.

Анализ и формирование отчетности является сложным процессом составления отчета об общем финансовом, имущественном положении группы, регулируемым как в РСБУ, так и МСФО.

В настоящее время существуют проблемы вызванные противоречиями в данных нормативных документах, что свидетельствует о необходимости полного перехода на регулирование формирования отчетов, МСФО, учитывая общую тенденцию перехода на международные стандарты учета и финансовой отчетности в российской системе бухгалтерского учета. Дальнейшее развитие методологии анализа финансовых результатов имеет важное значение в обеспечении гарантированного доступа к качественной, надежной и сопоставимой информации о результатах деятельности групп взаимосвязанных организаций.

Таким образом, формальных отличий между МСФО и РСБУ достаточно, хотя определения в РСБУ иногда дословно повторяют терминологию международных стандартов. Отличие носит скорее идеологический характер, но оно является принципиальным.

Для российского бухгалтера самым важным отчетом является отчет о финансовых результатах. Именно на этом отчете сконцентрировано внимание всех контролирующих и проверяющих органов, именно этот отчет проверяется бухгалтерскими службами с особой тщательностью.

Можно сказать, что основной принцип построения российского учета – это принцип соотнесения расходов с полученными доходами. При этом баланс предприятия отходит на второй план – это безусловно важный отчет, но не настолько важный, как отчет о финансовых результатах.

МСФО построены на совсем иной идеологической основе. Ключевой принцип – это так называемый балансовый подход. Суть его в том, что самым главным отчетом является отчет о финансовом положении (баланс). Именно статьи отчета о финансовом положении подвергаются самой жесткой проверке на соответствие условиям признания в качестве активов или обязательств. При этом все, что не соответствует условиям признания, не может учитываться как актив либо обязательство в отчете о финансовом положении и подлежит списанию на прибыли и убытки либо на прочий совокупный доход. Формально балансовый подход закреплен в Концептуальных основах через:

- определения активов и обязательств;
- условия их признания в отчете о финансовом положении;
- концепцию поддержания капитала, по которой прибыль считается полученной только в том случае, если чистые активы предприятия на конец отчетного периода превышают его чистые активы на начало отчетного периода.

Применение правил МСФО, позволяет формировать более достоверную, непредвзятую отчетность, которая будет отражать реальную картину деятельности организации.

Литература

1. *Международные стандарты финансовой отчетности* // [Электронный ресурс]: URL: <http://consultant.ru/2016>.
2. *Положения по бухгалтерскому учету (ПБУ)* // [Электронный ресурс]: URL: <http://www.garant.ru/2016>.
3. *Международные стандарты финансовой отчетности. Учебник для ВУЗов* Автор: под ред. Гетьман В.Г. Издательство: Финансы и статистика, 280 с., 2015.
4. Палий В.Ф. *Международные стандарты учета и финансовой отчетности: Учебник для Вузов. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2015. 512 с. – Изд-во Высшее образование.*
5. Сытник О.Е. *Бухгалтерский учет как основа ориентированных на результат экономических расчетов / Международный бухгалтерский учет. 2015. №13. С. 28-35.*

Контроль кибербезопасности в экономической сфере Российской Федерации

*А.В. Спиренкова, студент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия
Научный руководитель – И.В. Воюцкая, к.э.н., доцент*

Аннотация. В этой статье будут рассмотрены основные проблемы кибербезопасности России в экономической сфере и предложены пути эффективного контроля данных проблем.

Ключевые слова: кибербезопасность, экономика, контроль, интернет.

Abstract. In this article, we will discuss the main issues of cyber security of Russia in the economic sphere and suggests the ways of an effective control of these problems.

Keywords: cybersecurity, economy, control, Internet.

В настоящее время экономика России переживает очередной этап финансового кризиса, поэтому вопросы о проблемах экономической безопасности страны как никогда актуальны [1,7]. Нужно сказать, что уровень киберпеступности растет шокирующими темпами. По мнению Дементьева Н.В. число таких преступлений ежемесячно увеличивается на 3-4%. За 2015 год было насчитано около 40 млн. преступников, которые совершают порядка

600 млн. противоправных действий [2]. Сферой действия киберпреступников является не только экономическая сфера, но и такие сферы как: здравоохранение, производство, СМИ, военный сектор, и приведенный перечень далеко не является исчерпывающим, потому как нет такой сферы, которая бы ни разу не подверглась кибератаке. В современной России большая часть информации находится в электронном виде, что делает страну потенциальной целью для киберпреступников. Ежедневно миллионы россиян пользуются банковскими картами (около 250 млн. карт находится на данный момент у физлиц), совершают безналичные платежи (40 трл. за 2015 год), активно развивается интернет-банкинг [3]. Любое пренебрежение или незнание видов мошенничества в сфере экономики может привести к незаконному обогащению хакеров. Киберпреступники незаметно устанавливают на смартфоны и компьютеры вредоносное программное обеспечение, получают банковские карты по поддельным документам, «заманивают» на фальшивые сайты известных брендов («фишинг»), устанавливают на банкоматы устройства, крадущие пин-коды («скимминг»), но чаще всего киберпреступники пользуются социальными сетями и телефоном, выманивая сведения для снятия денежных средств с банковских карт – «социальная инженерия» [9]. Мы собрали статистические данные по киберпреступности в России, и нами была составлена диаграмма, показывающая долю основных видов преступлений в экономике (см. рис. 1).

Рис. 1 Основные виды интернет-мошенничества в экономической сфере РФ

Только за прошлый, 2016 год, действия киберпреступников нанесли ущерб мировому бизнесу в размере 400 млрд. \$, это сопоставимо с ВВП развитой Европейской страны [4]. Для того чтобы обезопасить себя, лидеры государств принимают решение об усиленном финансировании и контроле сферы кибербезопасности. Например, США ежегодно тратят порядка 60 млрд. \$ в год на обеспечение безопасности в киберпространстве, а к 2020 году эта сумма достигнет 120 млрд. [5]. Создаются новые структуры по противодействию кибератакам, максимально ужесточаются законы. В США, за кражу государственных данных, скимминг, хакерскую атаку грозит наказание вплоть до 20 лет лишения свободы. В России же, при том, что совершается около 40 тыс. преступлений и бизнес теряет 400 млрд. рублей ежегодно

(это больше, чем государственные расходы на здравоохранение, и в 3 раза больше, чем расходы государства на ЖКХ), до сих пор не разработан такой нормативный документ, который бы регулировал «фишинг» и «спам» в мировой «паутине». Так же в законодательстве не выделено понятие «кража с банковского счета», а максимальное наказание, которое может понести хакер – 7 лет лишения свободы или штраф 500 тыс. рублей (см. табл. 1).

Таблица 1. Сравнительная характеристика контроля в сфере кибербезопасности США и Российской Федерации

Критерий сравнения	США	Россия
Закон	The computer fraud and abuse act (18 U.S.C. §1030) («Закон о нарушениях и компьютерном мошенничестве»)	Отдельный раздел отсутствует
Спам	До 5 лет лишения свободы	Ответственность (как за отдельный вид преступления) не предусмотрена
Фишинг	До 5 лет лишения свободы	Ответственность (как за отдельный вид преступления) не предусмотрена
Кража данных	До 20 лет лишения свободы и штраф до 15 тыс. \$	До 7 лет лишения свободы и штраф до 500 тыс. руб. (до 9 тыс. \$)

Из данной таблицы мы видим, что в США более жесткий контроль в сфере кибербезопасности, ведь все виды преступлений классифицируются по отдельности, что не сказать о нормативно-правовой системе Российской Федерации. Особенно выделяются расхождения по критерию «кража данных», в России, по сравнению с Соединенными Штатами, наказание не является существенным, потому как суммы которые «утекают» из бюджета с лихвой перекрывают штраф. Если не предпринимать никаких действий, то потери от кибератак увеличатся в 4 раза и превысят 1,5 трлн. Рублей [8]. Эти деньги могли бы пойти на развитие инфраструктуры государства, развитие бизнеса и повышение уровня жизни населения.

Из вышесказанного мы выделили ряд проблем, которые позволяют так активно «процветать» киберпреступности в России:

1. Дефицит управления (в России нет отдельного органа (подразделения), которое бы пресекало преступность в киберпространстве)
2. Слабый контроль со стороны законодательства (Уголовный Кодекс Российской Федерации не выделяет «спам», «фишинг», «скимминг» как отдельные категории правонарушений) [6]
3. Система образования (на данном этапе развития, система образования РФ не предусматривает выпуск высококвалифицированных кадров, готовых бороться с киберпреступностью)
4. Культура страны (многие граждане России слабо или вообще не осведомлены об основных видах кибермошенничества)

5. Слабое госрегулирование относительно кибербезопасности в сфере корпоративного сектора

Отметим, что государство в области образования заинтересовано решением данной проблемы, и все больше студентов экономических специальностей выбирают профиль «экономическая безопасность». В Оренбургском филиале РЭУ им. Г.В. Плеханова тоже имеется такой профиль, где студенты могут ознакомиться с основами контроля и защиты от кибератак в экономической сфере. В порядке эксперимента нами был проведен опрос среди студентов 1-3 курсов, цель которого узнать мнение, как экономистов, так и будущих специалистов в сфере экономической безопасности (см. рис.2).

Как более эффективно бороться с киберпреступностью в России?
(возможен выбор нескольких вариантов ответа)

- 1. Государство должно отвечать за кибербезопасность корпоративного сектора ☐
- 2. Повысить уровень киберкультуры населения ☐
- 3. Обучить сотрудников госорганов, которые будут бороться с киберпреступностью ☐
- 4. Ужесточить наказание за киберпреступления ☐
- 5. Создать профильное ведомство по противодействию киберпреступности ☐

Рис. 2 Опросный лист

Результаты опроса по ВУЗу вы можете видеть на диаграмме, которая представлена ниже (см. рис. 3), где цифры с 1-5 обозначают варианты ответа на вопрос.

Рис. 3 Результаты опроса

По результатам опроса было выявлено, что 33% респондентов придерживаются мнения о том, что нужно создать профильное ведомство по противодействию преступлениям в киберсфере, 27% высказались в пользу ужесточения наказания за преступные действия, 20% опрошиваемых за то, что нужно доучить сотрудников государственных органов. Только 13% из числа респондентов подчеркнули, что необходимо доносить населению о преступ-

ления в киберпространстве, и наконец, 7% ответили, что государство должно взять контроль над ситуацией в свои руки (контролировать корпоративный сектор). Что касается нашего мнения о результатах опроса, то мы можем сказать, что в России уже есть такие структуры как МВД, ФСБ, Министерство связи и массовых коммуникаций. В полномочиях вышеперечисленных органов частично упоминаются обязанности по предотвращению мошенничества и иных преступных деяний в интернет-среде. Следовательно, если при дефиците бюджета государства такой вариант ответа будет просто невозможно претворить в жизнь, то тогда мы предлагаем внести корректировки, которые будут способствовать эффективной работе упомянутой триады (см. рис. 4).

Рис. 4 Органы по противодействию преступлениям в киберсреде в РФ

На уровне банковской системы России такой «щит» от киберпреступности существует – «ФинЦЕРТ» (-это центр мониторинга и реагирования на компьютерные атаки в кредитно-финансовой сфере Главного управления безопасности и защиты информации Банка России). ФинЦЕРТ (FinCERT) мониторит ситуацию и создает новые компетенции по борьбе с хакерами. Но нужно отметить, что не все компании спешат присоединиться к информационному обмену с данным центром. Пока участников насчитывается порядка 275 (организации, филиалы). На рисунке ниже вы можете увидеть общее количество кредитных организаций, поднадзорных Банку России, присоединившихся к информационному обмену по месяцам (рис. 5) [4].

Рис. 5 Количество кредитных организаций, присоединившихся к информационному обмену с FinCERT

Из диаграммы выше мы можем наблюдать, что с каждым годом число присоединившихся организаций растет, но незначительно, ведь для того, чтобы обеспечить должную экономическую безопасность, необходимы денежные вложения, которые в период кризиса достаточно сложно изыскать.

Преимуществом вступления в «ФинЦЕРТ» является то, что осуществляется информационный обмен с правоохранительными органами РФ, и в случае необходимости привлекаются эксперты из этих структур. Так же нужно отметить, что те кредитные организации, которые входят в «ФинЦЕРТ», но проводят аудит самостоятельно подвержены большей опасности, чем те, кто пользуется услугами со стороны. Суммы которые теряют клиенты кредитных организаций, а так же сами организации – велики. Все это влечет за собой финансовую нестабильность. Если обратиться к статистике, то можно увидеть, что в 2016 году выявлено покушение на сумму порядка 5 млрд. рублей, из них, 2,7 млрд. – чистые потери кредитных организаций и клиентов [4].

Второй проблемой было слабое законодательство и контроль. Эту проблему можно решить путем создания национального обязательного стандарта. Такая мера будет очень эффективна, потому как мы наблюдаем некоторые расхождения в понятиях и отношении к преступлениям в киберпространстве (например, Россия – США).

Относительно системы образования нужно сказать, что возможно либо создание учебных курсов для специалистов в сфере экономической безопасности или же разработка (доработка) университетских программ в данном направлении.

Культура страны тоже играет важную роль в понимании и правосознании граждан, можно проводить специальные семинары, либо запустить в масс-медиа телевизионные программы, передачи, разработать сайты открытого доступа для того, чтобы любой гражданин РФ знал о том, какие виды кибермошенничества существуют и как с ними бороться.

Проблему слабого контроля относительно кибербезопасности в сфере корпоративного сектора можно решить путем создания открытых баз данных для каждой компании и отражать там количество кибератак извне и из собственной компании. Например, в США, многие компании тоже обеспокоены ситуацией с киберпреступлениями, но, как правило, данные о преступлениях в собственной компании либо ретушируются, либо руководство просто не смотрит, а так же плохо работает система уведомлений. Поэтому чтобы такого избежать, открытые базы сделают деятельность компаний прозрачнее, что в свою очередь хоть как-то поможет сократить количество преступлений. Ведь никто не захочет работать и сотрудничать с компанией, сотрудники которой преступают рамки закона.

Таким образом, мы пришли к выводу о том, что проблема кибербезопасности является одной из главных проблем во многих сферах, особенно в экономике. Успех государства на мировой арене, уровень жизни граждан зависят от степени, а так же готовности государства обеспечить защиту ин-

формации не только на уровне отдельного человека, но и на уровне корпоративного сектора. Только создание расширенного законодательства, усиление мер наказания за киберпреступления, обучение специалистов и повышение уровня правосознания граждан помогут эффективнее контролировать и бороться с киберпреступностью.

Литература

1. Уголовный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 31 июня 1996 г. № 63-ФЗ (в ред. от 07.02.2017) [электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» [6]
2. Дементьев Н.В. Экономическая безопасность в структуре национальной безопасности современной России // Социально-экономические явления и процессы – 2015 - №5 – с. 27-28 [5]
3. Жилкина Ю.В. Пути повышения экономической безопасности Российской Федерации // Финансовый бизнес – 2012 - №3 – с. 17 [9]
4. Захарова О.И., Кеосиди И.И. Современное состояние экономической безопасности в РФ // Экономика и менеджмент инновационных технологий – 2015. №7 - [Электронный ресурс]. URL: www.ekonotika.snauka.ru (дата обращения 13.02.2017) [8]
5. Лыткина А.Ю., Пастухова К.И. Интернет-банкинг и мобильный-банкинг как форма дистанционного банковского обслуживания // Science time – 2015 - №12 – с. 486-493 [3]
6. Молчан А.С., Саенко С.В. Экономическая безопасность государства: современное состояние, угрозы и пороговые значения // Научные труды – 2016. [Электронный ресурс]. URL: www.ntk.kubstu.ru (дата обращения 13.02.2017) [1]
7. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. – [Электронный ресурс]. URL: www.minfin.ru (дата обращения 13.02.2017) [7].
8. Федеральная служба государственной статистики. – [Электронный ресурс]. URL: www.gks.ru (дата обращения 13.02.2017) [2]
9. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации: отчет Центра мониторинга и реагирования на компьютерные атаки в кредитно-финансовой сфере Главного управления безопасности и защиты информации Банка России (от 01.06.2015 по 31.05.2016 г.). - [Электронный ресурс]. URL: www.cbr.ru (дата обращения 13.02.2017) [4]

Плюсы и минусы организационно-правовых форм хозяйствования инвестиционных проектов

Шермецинский Т.С., магистрант

Научный руководитель: Снатенков А.А., к.э.н., доцент Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Статья посвящена организационно-правовым формам собственности. Проведена сравнительная оценка наиболее популярных форм собственности в Российской Федерации. Определены основные преимущества и недостатки каждой из рассматриваемых организационно-правовых форм собственности, их специфика и общие качества.

Ключевые слова: Организационно-правовые формы собственности, общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество.

Abstract. The article is devoted to organizational and legal forms of ownership. a comparative assessment of the most popular forms of ownership in the Russian Federation was held. The main advantages and disadvantages of each of our organizational and legal forms of ownership have been identified, as well as their specificity and overall quality.

Keywords: Organizational and legal forms of ownership, limited liability company, joint-stock company.

Эффективность реализации предприятием своей функциональной роли в рыночной экономике во многом (при прочих равных условиях) зависит от специфики его прав собственности. С институциональной точки зрения последняя означает определение, установленное в различных формах режима и степени обладания тем или иным благом и меры использования его полезных свойств. Иными словами, право собственности - это четкое закрепление за каждым определенным правомочием (правомочиями, их комбинациями) своего конкретного собственника (носителя).

Теория прав собственности помогает выбрать оптимальный вариант распределения между собственниками правомочий в зависимости от специфики деятельности организации. Распределение правомочий, характерное для тех или иных организационно-правовых форм, определяется нормами, зафиксированными в Гражданском кодексе РФ.

Гражданский кодекс РФ предусматривает следующие организационно-правовые формы предприятий:

- 1) индивидуальное частное предприятие;
- 2) хозяйственные товарищества и общества;

- полное товарищество;
- товарищество на вере;
- открытое акционерное общество (ОАО);
- закрытое акционерное общество (ЗАО);
- дочернее или зависимое предприятие;
- общество с ограниченной ответственностью (ООО);
- общество с дополнительной ответственностью;
- 3) производственный кооператив;
- 4) государственные и муниципальные унитарные предприятия:
 - основанные на праве оперативного управления;
 - основанные на праве хозяйственного ведения;
- 5) некоммерческие организации:
 - потребительский кооператив;
 - фонды;
 - учреждения [1].

Наиболее распространенными организационно-правовыми формами хозяйствования в современной действительности являются Акционерные общества и общества с ограниченной ответственностью.

Акционерное общество – коммерческая организация с уставным капиталом, распределенным на определенное число равных долей, права на которые фиксируются в ценных бумагах – акциях.

Акция – ценная бумага, удостоверяющая обязательные права акционера на долю в уставном капитале акционерного общества.

Уставный капитал акционерного общества разделяется на большое количество долей и право на каждую такую долю закреплено в ценной бумаге – акции.

Под понятием «акционер» имеется в виду гражданин или юридическое лицо, которое является владельцем акций и зарегистрировано в реестре акционеров общества. Одна акция предполагает право на одну долю в уставном капитале. Приобретение акции у акционерного общества (покупка) предполагает, что покупатель внесет стоимость доли в уставный капитал акционерного общества. Стоимость акции, равная сумме денег вносимых в уставный капитал, называется номинальной стоимостью акции, она указывается на самой бумаге [2].

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) – коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на доли в размерах, определяемых учредительными документами.

Участники ООО не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. Общество с ограниченной ответственностью (далее Общество) может быть учреждено одним или несколькими лицами. В законодательстве оговаривается предельный количественный состав учредителей, превышение которого влечет за собой обязанность преобразования его в акционерное общество, либо ликвидацию, если вопрос преобразования не решается в течение года.

Таблица 1 – Сравнение по показателям ООО и АО

Основные отличия по состоянию на 2016 год	Общество с ограниченной ответственностью (ООО)	Акционерное общество (АО)	
		непубличное	публичное
Количество учредителей	не более 50	не ограничено	не ограничено
Уставный капитал	не менее 10 000 рублей	не менее 10 000 рублей	не менее 100 000 рублей
Выход из Общества	возможен	не возможен	
Изменение состава участников (акционеров)	1. Обязательное нотариальное удостоверение сделок по отчуждению участниками ООО своих долей как другим участникам так и 3-им лицам. 2. Обязательное внесение изменений в единый государственный реестр юридических лиц о смене состава участников Недостаток: Дорогостоящая процедура.	1. Сделки по отчуждению акций как акционерам, так и 3-им лицам обязательному нотариальному удостоверению не подлежат. 2. Сведения об изменении состава акционеров НЕ вносятся в единый государственный реестр юридических лиц, а отражаются в реестре акционеров, который может вести ТОЛЬКО регистратор - юридическое лицо имеющее соответствующую лицензию и с которым у АО заключен договор.	
Подтверждение состава участников (акционеров) присутствовавших на собрании участников и принятия ими решений.	Может подтверждаться либо всеми участниками единогласно (если уставом не предусмотрено иное), а в случае отсутствия такой возможности - нотариусом.	Может подтверждаться только Регистратором. Недостаток: Дорогостоящая процедура	
Необходимость обязательных действий, после регистрации ООО, АО связанных с долями (акциями) и переходом права на них.	Обязательное ведение списка участников (вести намного проще, чем реестр акционеров в АО)	1. Обязательная регистрация акций. До регистрации выпуска акций любые сделки с акциями запрещены. 2. Обязательное ведение реестра акционеров - осуществляется только Регистратором. Недостаток: Дорогостоящая процедура регистрации выпуска акций, а также необходимость регулярно оплачивать регистратору услуги по ведению реестра акционеров.	
Особенности увеличения уставного капитала	Увеличить уставный капитал гораздо проще, чем у акционерных обществ.	Возможно только после регистрации выпуска акций при учреждении Недостаток: Дорогостоящая процедура	
Доступность сведений об участниках (акционерах)	Сведения об участниках (Ф.И.О. и размер доли в уставном капитале) являются открытой информацией для третьих лиц	Сведения об акционерах является закрытой информацией для третьих лиц	
Обязанность публиковать ежегодную отчетность	нет	Только в случае если количество акционеров больше 50	есть

Как показывает анализ таблицы 1, самые распространенные в России формы образования частного бизнеса – это ООО и АО. Пожалуй, главным преимуществом обеих форм перед всеми прочими является то, что ответственность его участников по долгам компании ограничена. Это выгодно отличает их, скажем, от ИП, где физическое лицо в ходе процедуры банкрот-

ства отвечает по обязательствам ИП своим личным имуществом в полном объеме.

Главным преимуществом обеих форм перед всеми прочими является то, что ответственность его участников по долгам компании ограничена.

Учредители ООО по банкротству несут личную ответственность по обязательствам компании исключительно в рамках своих взносов в уставной капитал или акций, что дает им вполне определенные преимущества. А между тем, для открытия ООО необходим совсем небольшой совокупный взнос учредителей в уставной капитал будущего предприятия – всего лишь в размере десяти тысяч рублей. Ну и, безусловно, с точки зрения партнерских отношений, и ООО, и АО представляют собой более серьезную величину, чем ИП. В этом их основные сходства.

Общество с ограниченной ответственностью – это разновидность компании, у которой произведено разделение уставного капитала на доли, принадлежащие ее участникам-учредителям [3]. Сама организационная форма ООО предусматривает возможность объединения различных капиталов не очень большого круга лиц. Причем процедура смены участников такой компании весьма сложна с правовой и процедурной точек зрения. Минимальный размер взноса, который должны сделать учредители, составляет десять тысяч рублей.

АО – акционерное общество. Как субъект хозяйственной деятельности оно может иметь уставной капитал, разделенный на акции. Акционерное общество позволяет осуществить консолидацию капиталов инвесторов самого разного калибра, как мелких, так и крупных. Оно очень удачно подходит для реализации крупных и дорогостоящих мероприятий и проектов. А прибыль от них будет поделена в конечном счете среди инвесторов пропорционально их вкладам в уставной капитал, то есть количеству акций на руках каждого.

Учитывая, что акции можно продать, инвестор всегда может в случае необходимости реализовать имеющиеся у него ценные бумаги в том случае, если он, по тем или иным причинам, заинтересован в монетизации активов.

Акционерные общества также могут быть двух типов:

- закрытые – количество участников таких организаций не должно превышать пятидесяти, акции можно распространять только среди лиц, круг которых определен заранее. В случае продажи акций держателю, желающему их реализовать, необходимо получить акцепт от других акционеров, поскольку у них имеется преимущественное право покупки;

- открытые – отличаются тем, что количество участников не ограничено. Круг лиц, по которому может осуществляться распространение акций, не определен. Помимо этого, не требуется предварительное согласие иных акционеров при осуществлении сделки по реализации акций. Минимальный размер совокупных взносов всех участников составляет сто тысяч рублей. Обязательно раз в год проводится проверка у аудиторов, а информация о финансовых результатах работы акционерного общества открытого типа за год должна публиковаться в общедоступных источниках информации.

Главным преимуществом АО перед ООО выступает то, что акционерному обществу проще привлекать инвестиции путем дополнительной эмиссии своих ценных бумаг и продажи их новым своим членам. Тогда как ООО для привлечения инвестиций остается лишь заключать инвестиционные либо кредитные соглашения, что намного сложнее, дольше, да и дороже, учитывая тот факт, что по кредитным линиям часто приходится выплачивать солидные проценты.

Впрочем, привлечение новых инвесторов в АО приводит к так называемому «размыванию» долей других участников, поэтому решение о дополнительной эмиссии принимается путем голосования на общем собрании акционеров. Сделать это возможно практически в любой момент времени, проведя внеочередное собрание участников.

В заключении можно сказать, что наиболее эффективным выбором организационно-правовой формы предприятия при создании организации будет ООО – общество с ограниченной ответственностью, потому что в нем нет необходимости использовать весь потенциал ОАО. При развитии организации в дальнейшем, ООО можно реорганизовать в ОАО.

Литература

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 №51-ФЗ (действующая редакция от 03.07.2016);
2. Зайцев Н.А. Экономика организации / Н.А. Зайцев – М.: Экзамен, 2012.
3. Гарнов А. П. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. / Гарнов А. П. - М.: НИЦ Инфра-М, 2016.
4. Трещевский Ю.И. Экономика и организация производства: Учеб. / Под ред. Ю.И.Трещевского - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014.

Методы оценки проектов капитальных вложений

*Лазарев А.Д., магистрант
Научный руководитель: Снатенков А.А., к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Для принятия верного управленческого решения в выборе инвестиционного проекта должна быть осуществлена полноценная оценка всех аспектов данных проектов. Существуют различные методы оценки проектов капитальных вложений. Их можно разделить на две большие группы: бухгалтерские и экономические методы. При выборе проекта необходимо учитывать заказчиков проекта и его цели.

Ключевые слова: капитальные вложения, инвестиции, оценка, цели капитальных вложений, инвесторы.

Abstract. For making the right management decisions in the selection of an investment project must be implemented a full evaluation of all aspects of these projects. There are various methods of evaluation of projects of capital investments. They can be divided into two large groups: accounting and economic methods. When choosing a project it is necessary to consider customers of the project and its goals.

Keywords: capital investment, investment, evaluation, objectives, capital investments, investors.

Правильный подбор метода оценки капитальных вложений способствует принятию оптимального управленческого решения. Данные методы способствуют получению желаемых результатов только при условии, что производится отбор не только оптимальных направлений физических инвестиций, но и оптимальных методов их финансирования. Эти методы должны включать сравнение имеющихся внутри фирмы возможностей с теми возможностями, которые предлагает рынок, а также учитывать пожелания акционеров относительно распределения потребления во времени [1].

Существуют два наиболее популярных метода оценки проектов капитальных вложений. Самый простой и наиболее популярный метод – определение срока окупаемости инвестиционных проектов. Данный метод весьма тесно связан с определением ликвидности проекта. Он показывает, насколько быстро данный инвестиционный проект себя окупит. При прочих равных условиях, следует выбрать тот инвестиционный проект, срок окупаемости которого минимален.

Однако, денежные потоки могут иметь разную продолжительность и изменять свои объёмы после того, как проект окупится. И если срок окупаемости будет долгим, а денежные потоки будут расти, то выбор проекта с наименьшим сроком окупаемости будет неверным. Ещё одним недостатком данного метода является то, что срок окупаемости с экономической точки зрения может быть больше, чем с точки зрения бухгалтера. Дело в том, что рубль полученный сегодня ценится гораздо больше, чем рубль полученный завтра. И данный способ принимает рубль полученный сегодня и рубль полученный в дальнейшем как одинаковые величины [3].

Помимо срока окупаемости инвестиций, бухгалтера рассчитывают такой показатель как норма прибыли от инвестиций. При данном показателе, следует выбрать тот инвестиционный проект, показатель рентабельности инвестиций у которого будет выше.

Однако, как и метод срока окупаемости инвестиций, метод рентабельности капиталовложений имеет определённые минусы. Суть в том, что данный метод использует прибыль сформированную по балансу в качестве определения прибыльности. В любой системе бухгалтерского учёта существует очень много вариантов манипулирования прибылью. И данные расхождения отражаясь на рентабельности инвестиций могут быть весьма существенными.

Помимо этого, прибыль организации по её балансу очень сильно искажается от таких показателей как амортизация, прибыль/убыток от продажи основных средств и переоценки, которые не имеют под собой реальных денежных потоков.

Так же, данный показатель, равно как и срок окупаемости инвестиций, не учитывает временную стоимость денег. Даже при равной сумме денежных потоков, которые формируют прибыль, их значения могут из года в год весьма различаться.

На практике, данный показатель весьма популярен, в особенности у крупных компаний. Это может быть объяснено тем, что многие предпочитают анализировать проект в долгосрочном периоде ориентируясь только на прибыль. В особенности это происходит, когда проекты капитальных вложений оценивают топ-менеджеры компаний, эффективность деятельности которых оценивается акционерами именно по принесённой компанией прибылью и соответственно размером дивидендов.

Стоит отметить, что данные методы, оценивающие проекты капиталовложения исходя из системы бухгалтерского учёта имеют относительно весомые недостатки. И несмотря на их популярность и лёгкость в использовании, компания не всегда может принять действительно оптимальное решение по вышеуказанным показателям. В экономической литературе таким показателям уделяется очень мало внимания, т.к. их заменяют более сложные модели, основанные на экономической теории, охватывающие больше факторов и дающие более объективный результат.

Говоря о методах, которые используют экономисты, необходимо напомнить, что основной целью инвестиционного процесса является улучшение благосостояния инвестора. Другими словами, инвестор должен быть уверен в том, что он либо во время процесса инвестирования, либо по его окончании получит прибыль на свой капитал, которая сможет покрыть все инвестиционные издержки. Именно здесь и возникает проблема учёта временной стоимости денег.

Поэтому, весьма справедлив тот факт, что инвестор отказываясь от потребления сейчас, требует от инвестиционного проекта компенсации.

Начисление денежных средств по сложным процентам называется наращиванием, а уменьшение денежных средств по сложным процентам – дисконтированием [2].

Данный подход способствует приведению денежных потоков к их реальной стоимости, в зависимости от ставки процента и от срока, на который инвестируются данные средства. Процесс дисконтирования – основной способ оценки и сравнения инвестиционных проектов, и полученных от них денежных потоков. Наиболее популярный метод, основанный на дисконтировании – чистый дисконтированный доход [6].

Чистый дисконтированный доход позволяет текущую сумму денежным потокам, и сравнить их между собой. Другими словами, будущие денежные потоки приводятся к текущим значениям. Данный показатель представляет

собой разницу между дисконтированной суммой доходов и первоначальными вложениями.

Математически, чистый дисконтированный доход представлен в виде формулы:

$$NPV = \sum \left(\frac{PV}{(1 + RRR)^n} \right) - IC \quad (1)$$

где

RRR – ставка дисконтирования;

n – число лет;

IC – первоначальные инвестиции;

PV – денежный поток.

Для данного показателя есть только одно правило, если чистый дисконтированный доход (NPV) выше нуля, то проект стоит принять. Положительный показатель NPV означает, что будущие затраты, приведённые к текущему уровню будут положительными, и проект надо принять. Так же бывают ситуации, когда чистый дисконтированный доход равен нулю. В таком случае, вопрос о принятии проекта зависит от инвесторов, так как в наше время, сохранить стоимость капитала весьма непросто.

Чтобы грамотно использовать метод чистого дисконтированного дохода, необходимо учесть следующие особенности: издержки на инвестиции; сумму будущих денежных потоков; длительности инвестиционного процесса; ставку дисконтирования.

Стоит отметить, что при планировании капитальных вложений весьма проблематично спрогнозировать будущие денежные потоки. Так же весьма проблематично при дисконтировании учесть физический и моральный износ основного капитала, который оказывает влияние на денежные потоки [4].

Ещё большие сложности вызывает определение ставки дисконтирования проекта. Правильный выбор ставки дисконтирования – ключевой момент определения чистого дисконтированного дохода, так как именно от неё зависит ценность поступающих денежных потоков. Итоговый результат по NPV может и не выражать именно денежную стоимость. Во многих «западных» учебниках, NPV является относительным показателем, который помогает сравнивать проекты, и выбрать проект с наибольшим значением NPV.

Денежный поток представляет собой доход от инвестиционной деятельности минус затраты на её осуществление, представленные только реальными денежными средствами [7].

Расчёт ставки дисконтирования зависит от того, какой тип денежного потока используется в качестве базы.

Если прогнозируются денежные потоки для собственного капитала, то используется метод кумулятивного построения, и модель оценки капитальных активов (CAPM). Если денежные потоки прогнозируются для инвестированного капитала, то применяется метод по средневзвешенной стоимости капитала (WACC) [9].

Метод кумулятивного построения имеет вид:

$$R = r_f + r_i \quad (2)$$

где

r_f - безрисковая ставка;

r_i - надбавка к безрисковой ставке.

В качестве безрисковой ставки дохода можно выбирать ставку дохода по долгосрочным государственным долговым обязательствам, либо ставка по депозитам в Сбербанке. Срок данной бумаги должен соответствовать сроку прогноза.

Факторы, влияющие на надбавку к без рисковой ставке: фактор ключевой фигуры в руководстве; качество руководства; размер компании; фактор финансовой структуры (источники финансирования компании); фактор товарной, территориальной и производственной диверсификации; фактор диверсификации потребителей (клиентура); фактор качества прибыли и рентабельности, прогнозируемости; прочие риски.

Оценка вышеуказанных факторов осуществляется по пятибальной шкале (0 - 5 %), на основании экспертной оценки.

Модель CAPM имеет вид:

$$CAPM = r_f + b(r_m - r_f) + S_1 + S_2 \quad (3)$$

где

r_f - безрисковая ставка;

r_m - средне рыночная доходность;

b - систематический риск;

S_1 - риск для малых компаний;

S_2 - риск инвестиций в конкретную компанию.

Третьим методом расчета ставки дисконтирования является (при прогнозировании денежного потока для инвестированного капитала является метод по средневзвешенной стоимости капитала:

$$WACC = \sum(A_i \cdot K_i) \quad (4)$$

где

A_i - доля каждого источника в структуре капитала;

K_i - цена капитала.

Выбор метода расчёта ставки дисконтирования в зависимости от различных условий.

Другим методом оценки инвестиционных проектов, схожим с методом NPV является индекс дисконтированной доходности инвестиций или индекс дисконтированной рентабельности. Данный метод, в отличие от метода рентабельности инвестиций отличается лишь дисконтированной суммой денежных потоков. Поскольку данный метод не связан с бухгалтерской прибылью, целесообразно рассчитывать денежные потоки по той же системе, что и при чистом дисконтированном доходе. Формула будет выглядеть следующим образом:

$$DROI = \frac{\sum \left(\frac{PV}{(1 + RRR)^n} \right)}{IC} \quad (5)$$

где

IC – первоначальные инвестиции;

PV – денежный поток.

RRR – ставка дисконтирования;

n – число лет.

Если данный показатель больше единицы, то проект следует принять, если меньше – отклонить.

Данный показатель в целом имеет ряд недостатков, как и обычная рентабельность вложенного капитала. Однако здесь опасность потери денежных средств из-за инфляции сведена к нулю. Поэтому данный показатель может быть использован как и в краткосрочном вложении средств, так и при долгосрочном инвестировании.

Помимо дисконтированного индекса рентабельности инвестиций можно рассчитать и дисконтированный срок окупаемости инвестиционного проекта. Нетрудно догадаться, что при таком подходе, денежные потоки, вычитаемые из первоначальных инвестиций, дисконтируются.

Еще один показатель, пришедшей к нам из экономической теории – внутренняя норма доходности. Данный показатель представляет собой ту процентную ставку, при которой чистый дисконтированный доход равен нулю. По сути, это минимальная процентная ставка, при которой можно принять проект. Обычно внутреннюю норму доходности (IRR) рассчитывают только после того, как был принят проект с наибольшим NPV . Просчитав IRR данного проекта, инвесторы рассматривают другие возможности инвестирования средств, определяют среднерыночный риск и сравнивают его с IRR и выясняют, насколько рискован данный проект.

На практике, нахождение внутренней нормы доходности проекта часто требует сложных вычислений. Без помощи компьютера невозможно быстро решить это равенство. Самый простой ручной способ — методом подстановки определить IRR , при которой выражение обращается в нуль. Получив учетную ставку, где NPV чуть больше нуля, и учетную ставку, где NPV чуть меньше нуля, можно найти среднее между двумя значениями IRR (интерполяция), где NPV равна нулю. В таких случаях использование IRR , для принятия решения проблематично. Возможность существования нескольких значений IRR , делает этот метод менее привлекательным [5].

Экономические методы, дисконтирующие денежные потоки в меньшей степени обеспечивают наиболее надежную связь между финансовым анализом проектов и предполагаемой целью фирмы — максимизацией благосостояния акционеров. Но только данные методы затрагивают денежные средства (источник благосостояния) и временной аспект стоимости денег (стоимости этих денежных средств).

Литература

1. Волков А.С. Оценка эффективности инвестиционных проектов: учеб. пособие. М.: РИОР, 2006.
2. Едронова В.Н. Учёт, оценка доходности и анализ финансовых вложений: учеб. пособие. М.: Магистр, 2011.
3. Инвестиции: учеб. /под ред. А.С. Нешиной и др. 8-е изд. Перераб. и доп. М.: Дашков и К, 2012.
4. Ковалёв В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. М.: Проспект, 2014.
5. Тимченко Т.Н. Экономическая оценка инвестиций: учеб. пособие. 2-е изд. М.: ИЦ РИОР, 2010.
6. Шим Д., Джай К. Основы бюджетирования и больше. Справочник по составлению бюджетов. М.: Вершина, 2007.

Оценка инвестиционной привлекательности проекта на примере частного детского сада

Бурматова И.В., магистрант

Научный руководитель: **Снатенков А.А.**, к.э.н., доцент Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В настоящей статье рассмотрено понятия «инвестиционный проект» и «инвестиционная привлекательность проекта», обоснованы основополагающие факторы, влияющие на инвестиционную и операционную деятельность проекта, а также изучены основные показатели, используемые в оценке инвестиционной привлекательности бизнес-проекта.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционный проект, эффективность проекта, инвестиционная привлекательность.

Abstract. In the present article it is considered the concepts "investment project" and "investment appeal of the project", the fundamental factors influencing investment and operating activities of the project are proved and also the main indicators used in assessment of investment appeal of the business project are studied

Keywords: investments, investment project, project efficiency, investment attractiveness.

Все бизнес-проекты в той или иной степени связаны с инвестиционной деятельностью. Принятие решения по инвестированию осложняется различными факторами: вид инвестиций, стоимость инвестиционного проекта, множественность доступных проектов, ограниченность финансовых ресурсов, доступных для инвестирования, риск, связанный с принятием того или иного решения.

В современных условиях для осуществления эффективной деятельности предприятия особо актуальной является проблема мобилизации и эффективного использования инвестиций. Инвестиционная активность является составной частью деловой активности хозяйствующих субъектов, включающей также производственную, инновационную, рыночную, маркетинговую и иную активность. Формирование инвестиционной привлекательности, выработка четкой стратегии инвестирования, определение ее приоритетных направлений, мобилизация всех источников инвестиций является важнейшим условием устойчивого и качественного развития предприятий в сегодняшних непростых условиях. [5]

Анализ экономической литературы и хозяйственной практики дает основание утверждать, что бизнес-проект не может отказаться от инвестирования. Это противоречит его жизненному циклу, делает его абсолютно незащищенным на фоне других предприятий-конкурентов. Правомерно говорить даже о том, что отказ от инвестиций - это самый значительный риск, которому может подвергнуть себя предприятие. Он во многом равносителен банкротству предприятия. Реализация инвестиционного проекта позволяет предприятию адаптироваться к макроэкономическим реалиям, к изменениям во внешней среде, предвосхищая их.[2]

В ходе оценки инвестиционного проекта в первую очередь используют наиболее важные показатели эффективности — NPV, PI. Рассмотрим процесс оценки инвестиционного проекта на примере частного детского сада.

В самом начале необходимо оценить сумму стартовых затрат на открытие объекта. Стоимость посещения детского сада составит 15 тыс.руб. в месяц, но при расчёте ежемесячного и ежегодного поступлений денежных средств следует учесть степень заполнения детского сада и количество выходных дней, т.к. в выходные и праздничные дни детский садик не работает. За первый год работы детского сада выручка составит 2421,5 тыс.руб., в 2020 году этот показатель составит 2900,6 тыс.руб., в 2019 году – 2885,4 тыс.руб., а в 2020 году – 2897,8 тыс.руб. Общая сумма поступлений за четыре года составит 11105,3 тыс.руб.

Собственный стартовый капитал учредителя составит 1200 тыс.руб. 0 период – период, в течение которого происходит подготовка проекта к открытию по всем этапам, приведённым выше. Стартовые инвестиции составят 1173,8 тыс.руб. Они включают затраты на регистрацию юридического лица – 9,8 тыс.руб., получение лицензии – 144 тыс.руб., аренда помещения (сроком на 0 период, т.е. 2 месяца) – 290 тыс.руб., ремонт и оснащение помещения – 700 тыс.руб. и рекламу – 30 тыс.руб. Ожидаемая выручка в 2017 году составит 2421,5 тыс.руб (11105,3 тыс.руб. за все 4 года), выплаченная зарплата – 2304 тыс.руб., а постоянные затраты составят 2069,7 тыс. руб. (в 2017 году они сложатся из арендной платы за помещение и затрат на рекламу). Исходя из вышесказанного, прибыль до налогообложения примет отрицательное значение и будет равна -1952,2 тыс.руб. После вычета налогов (10%) мы по-

лучим чистый приток от операционной деятельности с отрицательным значением: -1756,9 тыс.руб.

Далее следует рассчитать несколько показателей финансовой деятельности на 4 года вперед (таблица 1). Собственный капитал учредителя составит 1200 тыс.руб., никаких заемных средств не используется. Значит, сальдо финансовой деятельности будет равно собственному капиталу. Приток реальных денег в 2017 году составит -2956,9 тыс.руб, вычисляется как разность между чистым притоком от операционной деятельности и собственным капиталом. Далее рассчитаем сальдо реальных денег как сумму сальдо финансовой деятельности и притока реальных денег. В 2017 году этот показатель будет равен -1756,9 тыс.руб.

Таблица 1 – Показатели финансовой деятельности, руб.

Показатели	0 период	2015	2016	2017	2018
Собственный капитал	1200000				
Сальдо фин. деятельности		1200000	1200000	1200000	1200000
Приток реальных денег		-2956940,7	-2623741,2	-2740628,7	-2838236,3
Сальдо реальных денег		-1756940,7	-1423741,2	-1540628,7	-1638236,3
Сальдо накопленных реальных денег		-1756940,7	-3180681,9	-4721310,6	-6359546,9

Последний этап – расчёт основных показателей эффективности проекта (таблица 2). Эффект от инвестиционной деятельности составит -1239,8 тыс.руб., эффект от операционной деятельности в 2017 году -1756,9 тыс.руб, а приток реальных денег -2956,9 тыс.руб. Также в таблице 6 произведен расчёт коэффициента дисконтирования для каждого года, при условии, что ставка дисконтирования равна 15%. Рассчитаем коэффициент дисконтирования для 2017 года: $\frac{1}{(1+r)^n} = \frac{1}{(1+0.15)^1} = 0.9$. Исходя из полученного значения можно рассчитать дисконтированный поток реальных денег, он составит -2569,6 тыс.руб. в 2017 году.

Исходя из рассчитанного объема первоначальных инвестиций и ежемесячных денежных потоков, проведем расчет NPV или Net Present Value - чистая текущая стоимость проекта.

Этот показатель равен разнице между суммой имеющихся в данный момент времени денежных поступлений (инвестиций) и суммой необходимых денежных выплат на погашение кредитных обязательств, инвестиций или на финансирование текущих потребностей проекта. Разница рассчитывается исходя из фиксированной ставки дисконтирования.

Таблица 2 - Основные показатели эффективности проекта.

Эффект от инвестиционной деятельности, руб.	-1173800				
Эффект от операционной деятельности, руб.		-1756940,7	-1423741,2	-1540628,7	-1638236,302
Приток реальных денег, руб.		-2956940,7	-2623741,2	-2740628,7	-2838236,302
Коэффициент дисконтирования (15%)		0,869	0,76	0,7	0,571
Дисконтированный поток реальных денег, руб.		-2569581,5	-1983548,3	-1803333,7	

В целом, NPV — это результат, который можно получить незамедлительно, после того, как решение об осуществлении проекта принято. Чистая текущая стоимость рассчитывается без учета фактора времени. Показатель NPV сразу дает возможность оценить перспективы проекта. [3]

При ставке 15% NPV составит: $-1173800 - 2569581,5 - 1983548,3 - 1803333,7 - 1620632,9 = -9150896,4$ рублей. $NPV < 0$, следовательно проект принесет убытки.

Также следует рассчитать индекс рентабельности - Profitability Index. Этот индекс демонстрирует отношение отдачи капитала к объему вложений в проект. PI — это относительная прибыльность будущего предприятия, а также дисконтируемая стоимость всех финансовых поступлений в расчете на единицу вложений. Если взять в расчет показатель I, который равен вложениям в проект, то индекс прибыльности инвестиций рассчитывается по формуле $PI = NPV / I$.

Profitability Index — это относительный показатель, который дает представление не о реальном размере чистого денежного потока в проекте, а только о его уровне по отношению к инвестиционным затратам. Соответственно, индекс можно использовать в качестве инструмента сравнительной оценки эффективности разных вариантов, даже если по ним предполагается разный объем финансовых вложений и инвестиций. В ходе рассмотрения нескольких инвестпроектов PI можно использовать в качестве показателя, позволяющего «отсеять» неэффективные предложения. [4]

В нашем случае значение показателя PI равно или меньше единицы, а значит рассматриваемый проект не сможет принести необходимый доход и рост инвестиционного капитала, поэтому от его реализации стоит отказаться:

$$PI = \frac{-2569581,5 - 1983548,3 - 1803333,7 - 1620632,9}{1173800} = -6.796$$

В случае положительных значений приведенных показателей методика оценки инвестиционной привлекательности будет в значительной степени

расширена и дополнена. Простейший инвестиционный анализ уже не будет давать полную картину проекта. В соответствии с этим используется комплекс дополнительных методов и подходов к изучению привлекательности проекта. В частности, проводится разработка комплекса мероприятий по оценке, который, помимо финансового анализа, должен включать качественную и количественную оценку факторов инвестиционной привлекательности и использовать несколько подходов к оценке бизнеса с целью определения денежных потоков в будущем.

Литература

1. Аблеева А.М. Методические аспекты инвестиционной и Инновационной стратегии развития предприятия// Соц. Политика и социологи. – 2012. - № 8. – С. 406-416.
2. Григорьев Л. Инвестиционный процесс: накопленные проблемы и интересы // Вопросы экономики. – 2008. - № 4. – С. 44-61. 13. Григорьев Л. Мировые дисбалансы сбережений и инвестиций// Вопросы экономики. – 2014. - № 6. – С. 4-20.
3. Слушкина Ю. Управление инвестициями и разработка инвестиционных решений: системный подход// Проблемы теории и практики управления. – 2009. - № 12. – С. 71-77 63.
4. Смелов А.Н. Вопросы повышения инвестиционной активности// Финансы. – 2014. - № 8. – С. 73-75.

Анализ динамики и структуры внешнего долга Российской Федерации

Вергунова А.В., студент

*Научный руководитель: Колодяжная А.Ю., ст. преподаватель,
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Данная статья посвящена изучению внешнего долга Российской Федерации. Проводится анализ состава, структуры и динамики внешнего долга России. Государственный внешний долг – это долговые обязательства России по погашению собственных займов или гарантированию погашения другими заемщиками перед физическими и юридическими лицами, иностранными государствами, международными финансовыми организациями, выраженные в иностранной валюте.

Ключевые слова: внешний долг, государственные гарантии, задолженность.

Abstract. This article is devoted to the study of the external debt of the Russian Federation. It held the composition of the structure and dynamics of Russia's foreign debt. Public external debt - a debt repayment by Russia of its own loans or

guarantee the repayment of other borrowers to individuals and legal entities, foreign states, international financial institutions, denominated in foreign currencies.

Keywords: external debt, government guarantees, debt.

Российская экономика традиционно основывается на целом ряде взаимосвязанных институтов, главными из которых являются законодательные и организационные. Составной частью первых являются институты, призванные регулировать внешнюю задолженность. Погашение внешней задолженности является одним из сложных и основных вопросов экономического развития, безопасности и самостоятельности любого государства [3].

Причиной возникновения государственного внешнего долга является проводимая государством политика, не обеспечивающая сбалансированность доходов и расходов государства.

Актуальность исследования обусловлена тем, что государственный внешний долг является необходимым инструментом для обеспечения нормального функционирования экономики государства.

Отношения по поводу формирования, обслуживания и погашения долга оказывают существенное влияние на состояние государственных финансов, денежного обращения, инвестиционного климата, структуры потребления и развития международного сотрудничества. Поэтому необходимо уделять теме внешнего долга особое внимание, изучать и анализировать состав и структуру внешнего долга, выявлять проблемы и способы погашения внешней задолженности.

В соответствии с Бюджетным кодексом России государственный внешний долг – это долговые обязательства России по погашению собственных займов или обеспечению погашения другими заемщиками перед физическими и юридическими лицами, иностранными государствами, международными финансовыми организациями, выраженные в иностранной валюте.

Государственный долг складывается из задолженности прошлых лет и новых, вновь возникающих долговых обязательств.

Внешний государственный долг состоит из:

- задолженности перед официальными двусторонними кредиторами – членами Парижского клуба;
- задолженности перед официальными двусторонними кредиторами – не членами Парижского клуба;
- задолженности перед официальными двусторонними кредиторами – бывшими странами СЭВ;
- задолженности по внешним облигационным займам;
- задолженности по ОВГВЗ;
- коммерческой задолженности;
- задолженности перед международными финансовыми организациями;
- государственных гарантий Российской Федерации в иностранной валюте.

По данным таблицы 1 можно сделать вывод о том, что в 2016 г. по сравнению с 2008 г. в структуре внешней государственной задолженности РФ увеличились:

- евро-облигационные займы;
- гарантии РФ в иностранной валюте.

Евро-облигационные займы в среднем увеличились на 2,88 %, а гарантии РФ в иностранной валюте на 45,12 %.

По остальным видам внешней задолженности произошло уменьшение суммы долга. Значительно сократилась задолженность по ОВГВЗ (в среднем на 57,27 %), коммерческая задолженность уменьшилась в среднем на 35,88 %, задолженность странам, не вошедшим Парижский клуб – на 11,88 %, задолженность международным финансовым организациям – на 18,64 %, а задолженность странам СЭВ – на 14,97 %.

Следует отметить, что задолженность странам Парижского клуба в 2008 г. составила 1,8 млрд. долл. США, а в 2016 г. эта задолженность погашена.

Таблица 1 - Структура государственного внешнего долга по состоянию на начало года, млрд. долл. США

Вид задолженности	2008 г.	2016 г.	Изменение в среднем за 2008-2016 гг., %
Страны Парижского клуба	1,8	0	0,00
Страны, не вошедшие в Парижский клуб	2,2	0,8	88,12
Коммерческая задолженность	0,7	0,02	64,12
Международные финансовые организации	5	0,96	81,36
Евро-облигационные займы	28,6	35,9	102,88
ОВГВЗ	4,5	0,005	42,73
Гарантии РФ в иностранной валюте	0,6	11,8	145,12
Бывшие страны СЭВ	1,5	0,41	85,03

Источник: [4]

Рисунок 1 - Структура внешнего государственного долга РФ (в %) по состоянию на 01.01.2008 г.

По данным рисунка 1, рисунка 2 можно сделать вывод о том, что в структуре внешнего государственного долга РФ в течение анализируемого периода (2008-2016 гг.) основной объем задолженности составляют евро-облигационные займы, в 2008 г. 64 % от общей суммы задолженности, в 2016 г. – 72 %.

В 2008 г. значительную сумму долга также составляли задолженность международным финансовым организациям и задолженность по ОВГВЗ, 11 % и 10 % соответственно. К 2016 г. задолженность по ОВГВЗ сократилась, она занимает наименьшую долю в структуре внешнего долга РФ (1 % от общей суммы долга). В 2008 г. наименьшую долю в структуре занимают гарантии РФ в иностранной валюте (1%), следует отметить, что к 2016 г. они увеличились и составляют 24 % от общей суммы долга.

Рис. 2 Структура внешнего государственного долга РФ (в %) по состоянию на 01.01.2016 г.

На основании данных представленных в таблице 1 и на рисунке 3 проанализируем и рассмотрим динамику внешнего государственного долга Российской Федерации.

Рисунок 3 - Динамика величины внешнего долга Российской Федерации

С 2008 г. по 2010 г. внешний государственный долг имеет тенденцию к снижению. В 2010 г. сумма долга составила 37641 млн. долл. США, это на 17 % меньше, чем в 2008 г. К 2011 г. внешняя задолженность возросла и на начало года составила 39956,9 млн. долл. США (на 6 % больше, чем в 2010 г.). К 2012 г. внешний долг уменьшился на 4155,5 млн. долл. США, а с 2012 г. по 2014 г. наблюдается значительное увеличение внешнего государственного долга, к 2014 г. сумма внешнего долга возросла до 55794,2 млн. долл. США.

Внешний государственный долг в последнее время имеет тенденцию к снижению. К 2016 г. сумма задолженности по сравнению с 2014 г. уменьшилась на 5791,9 млн. долл. США. В нынешнем году на экономическую ситуацию в России повлияли несколько факторов: понижение цен на нефть, конфликт на Украине, введение санкций и связанное с ним ограничение доступа российских корпораций к рынкам капитала, последовавшие затем отток капитала из России и ослабление курса рубля, что, в свою очередь, подстегнуло инфляцию. Однако Россия даже в этих условиях понижает уровень своего долга.

Таблица 3 - Динамика внешнего государственного долга РФ по состоянию на начало года, млн. долл. США

Годы	Объем государственного внешнего долга РФ	
	Всего	В том числе по государственным

		гарантиям РФ
2008	44900	631
2009	40600	698
2010	37641	881,4
2011	39956,9	913,3
2012	35801,4	1008,9
2013	50769,2	11389,8
2014	55794,2	11399,1
2015	54355,4	12083,2
2016	50002,3	11875,9

Источник: [4]

Внешняя государственная задолженность РФ включает в себя государственные гарантии, представляющие собой обязательства государства перед гражданами или юридическими лицами, предполагающее предоставление материальных или нематериальных благ в соответствии с государственными стандартами и общепризнанными нормами международного права.

Государственные гарантии являются специфическим видом государственного долга. В отличие от иных видов долговых обязательств посредством предоставления гарантий государство не привлекает в бюджет денежные средства и, соответственно, не возлагает на себя обязанность возратить полученные средства, а лишь дает гарантию исполнить в определенных случаях обязательство третьего лица при неисполнении или ненадлежащем исполнении его последним или возместить ущерб, образовавшийся при наступлении гарантийного случая некоммерческого характера. Иными словами, при государственных гарантиях исполнение гарантированных обязательств имеет лишь вероятностный характер, в отличие от отношений, где государство выступает заемщиком и, безусловно, должно исполнить долговое обязательство[2].

По данным таблицы 3 можно сделать вывод о том, что до 2016 г. сумма предоставляемых гарантий возрастала, причем в 2013 г. произошло резкое увеличение, сумма предоставляемых гарантий в 2013 г. по сравнению с 2012 г. увеличилась более чем в 10 раз. После 2013 г. наблюдается плавное увеличение суммы гарантий, а на начало 2016 г. уменьшение. В течение анализируемого периода сумма государственных гарантий значительно возросла. На начало 2016 г. сумма государственных гарантий Российской Федерации составила 11875,9 млн. долл. США, это на 11244,9 млн. долл. США меньше чем, в 2008 году.

Подводя итог, следует отметить, что сокращение суммы внешнего долга – это положительная тенденция, т.к. высокий уровень долга ведет к оттоку капитала из страны. Снижая сумму долга, Россия стремится привести экономику к финансовой независимости от иностранных государств.

Внешний долг России состоит из различных видов задолженностей перед кредиторами и государственных гарантий РФ в иностранной валюте. Проблема внешнего долга и его влияния на экономическую безопасность – это серьезная проблема российской национальной экономики. Разрешение

этой проблемы является задачей стратегического характера. Без её решения практически невозможно обеспечить необходимые условия для долгосрочного экономического подъёма и поддержания устойчивости всей социально-экономической системы страны. Использование долга может стать мощным фактором экономического роста, позволяющим сглаживать экономические колебания и дающим дополнительные финансовые ресурсы.

Литература

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998 г. N 145-ФЗ (в последней редакции) // <http://base.garant.ru>
2. Запольский, С. В. Финансовое право [Электронный ресурс] : Учебник / С.В. Запольский. – М.: ВолтерсКлувер, 2011. – 792 с.
3. Люшина, Н. О. Внешний долг России: Монография [Текст] / Н.О. Люшина, О.А. Николайчук. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 132 с.
4. Министерство финансов Российской Федерации // <http://minfin.ru/ru>
5. Центральный банк Российской Федерации // <http://www.cbr.ru/>

Анализ государственного долга на субфедеральном уровне

Кажаева М.В., Набизаде М.К., студенты
Научный руководитель: Колодяжная А.Ю., ст. преподаватель
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Данная статья посвящена анализу государственного долга федеральных округов Российской Федерации. Особый интерес обращён на положение Оренбургской области в структуре Приволжского федерального округа. Авторами сформулированы основные теоретические аспекты управлением государственного долга на субфедеральном уровне.

Актуальность исследования обусловлена тем, что управление государственным долгом субъектов Российской Федерации является одним из наиболее важных элементов государственной политики регионов. По результатам анализа сформулированы выводы относительно динамики государственного долга, его структуры, современного состояния и проблем, касающихся анализируемой категории.

Ключевые слова: государственный долг, структура государственного долга, долговые обязательства, государственный бюджет.

Abstract. This article is devoted to the analysis of the Russian Federation in federal districts of the state debt. Of particular interest is converted to the position of the Orenburg region in the structure of the Volga Federal District. The authors formulated the basic theoretical aspects of the management of public debt at the subnational level. The relevance of the study due to the fact that the management

of the public debt of the Russian Federation is one of the most important elements of public policy areas. According to the analysis of the findings by the dynamics of public debt, its structure, the current state and problems related to the analyzed categories.

Keywords: public debt, the public debt structure, debt, state budget.

Проблема государственного долга очень широка и многогранна. В настоящее время проблема государственного долга это ключ к макроэкономической стабилизации в стране. От ее решения зависят состояние федерального бюджета, золотовалютных резервов, стабильность национальной валюты, уровень процентных ставок, инфляции, инвестиционный климат.

Кроме того, принимая во внимание попытки наших международных кредиторов использовать долговую проблему для политического давления на Россию, грамотное урегулирование государственного долга становится фактором обеспечения национальной безопасности и условием проведения самостоятельной внешней и внутренней политики. Тем самым вышеизложенное подтверждает актуальность выбранной темы исследования.

Изучением вопросов, касающихся государственного долга занимались такие ученые как А. Улюкаев, К. Астапов, М. Куликов, Ю. Воронин, А. Попкова.

Целью данной работы является изучение динамики, структуры государственного долга федеральных округов Российской Федерации, а также актуальных проблем и причин роста объема государственного долга.

Объектом анализа выступили федеральные округа РФ, а также регионы, входящие в состав Приволжского федерального округа. Повышенный интерес к анализу данных регионов обусловлен в первую очередь тем, что эти регионы относятся к различным группам по уровню их социально-экономического развития, а также по проводимой в отношении них бюджетной политики.

Низкая сбалансированность бюджетов в течение длительного промежутка времени привела к тому, что все регионы Приволжского федерального округа имеют долговые обязательства.

Государственный долг субъекта РФ - это совокупность данных ими обязательств по погашению долгов. Государственная задолженность в полной мере обеспечивается имуществом, принадлежащим субъекту РФ.

Государственный долг субъекта РФ возникает в силу трёх причин:

1) долг возникает в результате взятия займа у государства на договорной основе, а также у кредитных организаций, иностранных банков и международных финансовых организаций;

3) долг является результатом гаранта по обязательствам третьих лиц [1, с. 74].

Рассмотрим динамику государственного долга в разрезе федеральных округов РФ за последние три года (рис. 1).

Рисунок 1 - Динамика государственного долга федеральных округов РФ

Данные рисунка 1 позволяют сделать вывод о том, что в рассматриваемый период государственный долг субъектов РФ имеет положительную тенденцию. Объем государственного долга в 2015 г. увеличился по сравнению с предыдущим аналогичным периодом на 229079,3 млн. руб.; по сравнению с 2013 г. – на 581127,7 млн. руб. В среднем за период государственный долг возрос на 15,5%. Это объясняется тем, что рыночные кредиты с огромной скоростью замещаются долгом перед бюджетом, иными словами регионы всё реже обращаются в банки и всё чаще берут средства у государства.

Рассмотрим объем государственного долга и определим, какие округа имеют наибольший долг (табл. 1).

Анализируя данные таблицы 1 можно сделать вывод о том, что в структуре государственного долга по округам наибольшую долю занимают следующие округа:

1. Центральный федеральный округ (2013 г. -30,2%; 2014 г.-27,7%; 2015 г.-25,1%);
2. Приволжский федеральный округ (2013 г. -22,6%; 2014 г.- 22,8%; 2015 г. – 22,6%).

При этом существенных изменений не произошло. В 2015 г. по сравнению с 2013 г. на 5,1 п.п. сократилась доля долга Центрального федерального округа. На 3,2 п.п. увеличилась доля долга Сибирского федерального округа.

Вопрос роста региональных долгов во многом обусловлен сложившейся в РФ практикой распределения доходов между элементами бюджетной системы. Кроме того, эксперты сходятся во мнении крайней неравномерности распределения налоговых и неналоговых доходов, зачисляемых в федеральный бюджет и бюджеты субъектов РФ, как в разрезе регионов, так и отдельных муниципальных образований.

Таблица 1 – Распределение государственного долга по федеральным округам РФ, млн. руб.

Субъект Российской Федерации	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Изменения в структуре
------------------------------	---------	---------	---------	-----------------------

	млн. руб.	в % к итогу	млн. руб.	в % к итогу	млн. руб.	в % к итогу	ре 2015 г. к 201 г., % (+/-)
Центральный ФО	525426,4	30,2	578466,5	27,7	582881,2	25,1	-5,1
Северо-Западный ФО	175050,8	10,1	206411,9	9,9	222005	9,6	-0,5
Южный ФО	190173,8	10,9	234588,2	11,2	266692,4	11,5	0,6
Северо- Кавказский ФО	57689,3	3,3	71296,8	3,4	82111,3	3,5	0,2
Приволжский ФО	393469,9	22,6	476727	22,8	523749,6	22,6	-0,1
Уральский ФО	102939,6	5,9	134148,4	6,4	162944	7,0	1,1
Сибирский ФО	195136,6	11,2	269027,6	12,9	334813	14,4	3,2
Дальневосточный ФО	97576,1	5,6	118371,4	5,7	142988,6	6,2	0,6
Крымский ФО	X	X	473	0,0	405,2	0,02	X
Итого	1737462,5	100	2089510,8	100	2318590,3	100	X

Вместе с тем, существует ряд проблем в реализации бюджетного потенциала на уровне регионов:

1. разбалансированность механизма функционирования бюджетной системы;
2. недостаточная нормативная и информационная база для регулирования межбюджетных отношений;
3. неразвитость механизмов управления бюджетными потоками, как в доходной, так и расходной их части;
4. отсутствие теоретически обоснованных и законодательно закрепленных положений о принципах, методах и функциях управления бюджетно-налоговой и долговой политикой регионов.

Особый интерес вызывает изучение положения Приволжского федерального округа. Важной особенностью округа является, тот факт, что он находится на втором месте (после Уральского федерального округа) по добычи традиционных экспортных ресурсов, составляющих основу бюджета Российской Федерации – нефти и газа [3]. Используя данные Министерства финансов РФ, проанализируем динамику показателя.

Таблица 2 – Динамика объёма государственного долга в разрезе Приволжского федерального округа за 2013-2015 гг., млн. руб.

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Изменение 2015 г. к 2013 г., (+/-)
<i>Приволжский федеральный округ, всего:</i>	<i>393 469,9</i>	<i>476 727,0</i>	<i>523 749,6</i>	<i>130 279,7</i>
Республика Башкортостан	19 846,6	24 631,3	24 588,5	4 741,9
Республика Марий Эл	8 944,7	10 773,5	13 131,3	4 186,6

Республика Мордовия	26 702,7	28 568,2	36 042,8	9 340,1
Республика Татарстан	85 300,4	93 177,7	91 335,3	6 034,9
Удмуртская Республика	28 835,1	37 922,9	41 857,0	13 021,9
Чувашская Республика	9 827,1	12 261,6	14 290,4	4 463,3
Пермский край	545,6	12 464,4	19 542,4	18 996,8
Кировская область	17 266,9	21 444,0	23 874,1	6 607,2
Нижегородская область	56 045,5	66 135,3	73 703,9	17 658,4
Оренбургская область	24 351,6	29 579,8	28 993,4	4 641,8
Пензенская область	18 624,1	21 331,4	21 262,8	2 638,7
Самарская область	39 639,7	53 292,0	62 622,2	22 982,5
Саратовская область	44 322,4	47 716,7	50 404,8	6 082,4
Ульяновская область	13 217,7	17 428,2	22 100,8	8 883,1

Источник:[10]

Анализ таблицы 2 позволяет сделать вывод о том, что наряду со всеми субъектами, входящими в Приволжский федеральный округ, Оренбургская область по объему государственного долга занимает в 2015 году 7 место – 28993,4 млн. руб. Для сравнения в 2013 и 2014 году Оренбургская область также была на 7 месте. Стоит отметить, что с 2013 г. по 2014 г. долг субъекта увеличился до 29479,8 млн. руб., что на 5228,2 млн. руб. больше, чем в 2013 г. К 2015 г. положение несколько изменилось, что выражено в сокращении показателя. В целом можно отметить изменение долга субъекта к 2015 г. по сравнению с 2013 г. на 4641,8 млн. руб. По сравнению с другими субъектами темпы роста государственного долга Оренбургской области не такие большие. В составе Приволжского федерального округа наибольший объем государственного долга приходится на Республику Татарстан (91335,3 млн. руб. в 2015 г.), а наименьший отмечается в Чувашской Республике (14290,4 млн. руб. в 2015 г.).

По данным таблицы 3 можно сделать вывод о том, что наибольшая доля приходится на Республику Татарстан – 17,44% в 2015 г. и 21,68% в 2013 г. То есть доля государственного долга сократилась на 4,24 п.п. Анализ данных по Оренбургской области позволяет отметить, что доля анализируемого показателя к 2015 г. по сравнению с 2013 г. сократилась на 0,65 п.п. Наибольшее увеличение доли государственного долга к 2015 г. приходится на Пермский край – 3,59 п.п.

Таблица 3 – Объём государственного долга в разрезе Приволжского федерального округа за 2013-2015 гг., %

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Изменение 2015 г. к 2013 г. (+/-)
<i>Приволжский федеральный округ, всего:</i>	100	100	100	X
Республика Башкортостан	5,04	5,17	4,69	-0,35
Республика Марий Эл	2,27	2,26	2,51	0,23

Республика Мордовия	6,79	5,99	6,88	0,1
Республика Татарстан	21,68	19,55	17,44	-4,24
Удмуртская Республика	7,33	7,95	7,99	0,66
Чувашская Республика	2,5	2,57	2,73	0,23
Пермский край	0,14	2,61	3,73	3,59
Кировская область	4,39	4,5	4,56	0,17
Нижегородская область	14,24	13,87	14,07	-0,17
Оренбургская область	6,19	6,2	5,54	-0,65
Пензенская область	4,73	4,47	4,06	-0,67
Самарская область	10,07	11,18	11,96	1,88
Саратовская область	11,26	10,01	9,62	-1,64
Ульяновская область	3,36	3,66	4,22	0,86

Источник: [10]

Рассмотрев положение государственного долга в Приволжском федеральном округе, проанализируем структуру этого показателя для Оренбургской области по видам долговых обязательств.

Оренбургская область одна из крупнейших по территории в РФ. Из всех субъектов Российской Федерации на Оренбургскую область приходится самый протяженный участок российско-казахстанской границы около 1,7 тыс.км. Приграничное положение области определяет направленность и характер внешнеэкономических связей. По объемам запасов и добыче полезных ископаемых область входит в ведущую группу регионов России.

Рисунок 2 – Структура государственного долга Оренбургской области в 2013 и 2015 гг., %

По данным рисунка можно отметить, что в 2013 г. наибольшая доля государственного долга приходится на государственные ценные бумаги субъекта РФ и бюджетные кредиты, привлеченные в бюджет субъекта РФ от других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации – 37% на каждую из статей. В структуре 2015 г. произошли значительные изменения. А именно: наибольшая доля приходится также на государственные ценные бумаги субъекта РФ, причём доля этой статьи увеличилась до 52%, что на 15 п.п. больше, чем в 2013 г. Также необходимо отметить, что в структуре 2015

г. не выделялись кредиты, полученные субъектом РФ от кредитных организаций, иностранных банков и международных финансовых организаций. Резко сократилась доля бюджетных кредитов до 6% (37% в 2013 г.).

Таким образом, проведя анализ динамики и структуры государственно-го долга по федеральным округам и в разрезе Приволжского федерального округа, мы пришли к выводу, что государственный долг имеет положительную динамику, что требует разработки грамотных, экономически взвешенных подходов к управлению государственным долгом. Приволжский федеральный округ занимает второе место по размеру государственного долга после Центрального федерального округа. В структуре задолженности по субъектам РФ наибольший удельный вес занимает Республика Татарстан.

Литература

1. *Государственный и муниципальный долг: Учебное пособие / Л.Б. Мохнаткина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 151 с.;*
2. *Государственные и муниципальные финансы: Учебник / И.Н. Мыслева. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 393 с.;*
3. *Колодяжная А.Ю. Долговая нагрузка регионов Приволжского Федерального округа: динамика и структура // Актуальные проблемы торговой-экономической деятельности и образования в современных условиях: электронный сборник научных трудов Одиннадцатой Международной научно-практической конференции, проведенной 22 апреля 2016 года. – Оренбург: Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016;*
4. *Савинова Е.В. Сущность управления государственным долгом на субфедеральном уровне // Материалы VIII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум», URL: <https://www.scienceforum.ru/2016/pdf/23305.pdf> (дата обращения: 23.12.2016);*
5. *Официальный сайт Министерства финансов РФ-
<http://minfin.ru/ru/>;*
6. *Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - www.gks.ru/.*

Анализ структуры и динамики государственного внутреннего долга Российской Федерации

Солярик С.В., студент

*Научный руководитель: Колодяжная А.Ю., ст. преподаватель
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В данной статье рассмотрено понятие государственного внутреннего долга, так как ни одно государство не обходится без заимство-

вания денежных ресурсов на финансовых рынках посредством государственных внутренних займов, которые выступают в качестве эффективного инструмента преодоления ограниченности налоговых поступлений в бюджет и эффективного проведения денежно-кредитной политики. Так же были сопоставлены объемы государственного внутреннего долга за период 2008-2016 гг., исходя из данных Министерства Финансов Российской Федерации, рассмотрена структура и динамика государственного внутреннего долга.

Ключевые слова: внутренний долг, ценные бумаги, государственные заимствования, дефицит, задолженность.

Abstract. In this paper, we consider the concept of domestic government debt, as no state without the borrowing of cash resources on the financial markets through public domestic borrowings, which act as effective instrument for overcoming the limitations of tax revenues and the effective conduct of monetary policy. Also mapped the volume of state domestic debt for the period 2008-2016 on the basis of the data of the Ministry of Finance of the Russian Federation, the structure and dynamics of the domestic government debt

Keywords: domestic debt, securities, public borrowing, deficit, debt.

Внутренний государственный долг - финансовые обязательства государства, возникающие в связи с привлечением для выполнения государственных программ и заказов средств негосударственных организаций и населения страны.

В объем государственного внутреннего долга РФ включается:

- общая номинальная стоимость долга;
- объем основного долга по кредитам, полученной РФ;
- объем основного долга по бюджетным кредитам, полученным РФ от бюджетов других уровней;
- объем обязательств по государственным гарантиям, предоставленным РФ.

При рассмотрении структуры государственного внутреннего долга на начало 2016 года, важно отметить несколько видов государственных ценных бумаг:

1)ОФЗ-ПД (52,0526%) - Облигации Федерального Займа с постоянным доходом, представляющие собой купонные ценные бумаги. Купон выплачивается один раз в год и фиксируется на весь срок обращения.

2)ОФЗ-ПК (28,9899%) - Облигации Федерального Займа с переменным купонным доходом, дающим владельцам право на периодическое получение процентного дохода (2 или 4 раза в год).

3)ОФЗ-АД (19,7567%) - Облигации Федерального Займа с амортизацией долга являются ценными бумагами с известным процентным доходом, дающими право владельцам на периодическое получение купонного дохода (4 раза в год).

4) Другие государственные ценные бумаги (ГСО-ППС, ГСО-ФПС, ОВОЗ, ОФЗ-ИН) – 16,2008%.

Опираясь на данные Минфина РФ, можно сделать вывод о том, что объём государственного внутреннего долга РФ на 01.01.2016 год составляет 5573,09 млрд. рублей, а так же государственные гарантии РФ в валюте РФ 1734, 52 млрд. рублей[5].

По мнению ряда исследователей, эмиссия государственных облигаций представляет собой наиболее целесообразный метод финансирования дефицита бюджета по сравнению с эмиссией денег или заимствованием средств в Центральном Банке Российской Федерации[3].

Что касается расходов, то на обслуживание внутреннего государственного долга в РФ в 2016 году потребовалось на 54, 278 млрд. рублей больше по сравнению с 2015 годом.

Таблица 1 - Динамика государственного внутреннего долга РФ, выраженного в государственных ценных бумагах, номинальная стоимость которых указана в валюте РФ

Виды ценных бумаг	ГКО	БОФЗ	ОФЗ-ПК	ОФЗ-ПД	ОФЗ-АД	ОФЗ-ИН	ГСО-ППС	ГСО-ФПС	ОВОЗ	ОГСЗ	Итого внутренний долг
01.01.2008	-	-	-	288,42	807,59	-	10,42	91,00	-	-	1 248,89
01.01.2009	-	-	-	328,17	882,03	-	45,41	132,00	-	-	1 421,47
01.01.2010	-	-	-	706,37	863,38	-	135,42	132,00	-	-	1 837,17
01.01.2011	-	-	-	1338,59	815,58	-	175,42	132,00	-	-	2 461,59
01.01.2012	-	-	-	1823,70	1079,58	-	421,15	132,00	90,00	-	3 546,43
01.01.2013	-	-	-	2248,15	1048,58	-	545,55	132,00	90,00	-	4 064,28
01.01.2014	-	-	-	2688,85	1045,98	-	475,55	132,00	90,00	-	4 432,38
01.01.2015	-	103,58	1000,00	2551,02	1038,56	-	560,55	132,00	90,00	-	5 475,71
01.01.2016	-	-	1347,26	2710,34	791,17	141,77	360,55	132,00	90,00	-	5 573,09

Из данных таблицы 1 видно, что государственный внутренний долг, на 01.01.2016 год составил 5573,09 млрд. руб., на 01.01.2008 год – 1248,89 млрд. руб. За 8 лет внутренний долг увеличился на 4324,2 млрд. руб.

Если сравнивать 2016 год с 2015 годом, то можно заметить увеличение на 97,38 млрд. руб. Темп роста составил 101,7%, а темп прироста равен 1,8%.

Большую часть структуры государственного внутреннего долга занимают облигации Федерального Займа с постоянным доходом, представляющие собой купонные ценные бумаги. В случае ОФЗ-ПД размеры всех купонов определяются как постоянная величина на весь период до погашения. Срок обращения этих облигаций составляет 1-30 лет, выплаты по купону

происходят 1 раз в год. Номинал 1 000 рублей. Данный вид облигаций относятся к облигациям с известным купонным доходом, т. е ценные бумаги, дающие право получать периодически доход ее владельцам.

Таблица 2 - Структура прогнозных значений государственного внутреннего долга РФ (в части государственных ценных бумаг, номинальная стоимость которых указана в валюте РФ) по срокам погашения и по видам обязательств.

Год погашения	По видам долговых обязательств							
	ОФЗ-ПК	ОФЗ-ПД	ОФЗ-ИН	ОФЗ-АД	ГСО-ФПС	ГСО-ППС	ОВОЗ	ВСЕГО
2016	-	245,569	-	44,820	-	65,000	-	355,389
2017	174,959	300,000	-	85,917	-	0,000	-	560,876
2018	-	296,727	-	134,297	-	15,250	90,000	536,274
2019	-	488,947	-	81,624	-	-	-	570,571
2020	186,304	170,318	-	68,182	-	15,000	-	439,804
2021	-	221,457	-	81,075	-	120,900	-	423,432
2022	-	146,118	-	43,615	52,000	-	-	241,733
2023	-	400,000	157,712	43,613	39,000	-	-	640,325
2024	-	-	-	29,504	41,000	-	-	70,504
2025	333,085	-	-	29,506	-	54,400	-	416,991
2026	-	-	-	29,501	-	-	-	29,501
2027	200,000	237,234	-	0,001	-	40,000	-	477,235
2028	-	241,072	-	0,001	-	-	-	241,073
2029	200,000	-	-	0,006	-	-	-	200,006
2030	-	-	-	-	-	-	-	0,000
2031	-	57,402	-	-	-	-	-	57,402
2032	200,000	-	-	-	-	-	-	200,000
2033	-	-	-	-	-	-	-	0,000
2034	200,000	-	-	29,228	-	-	-	229,228
2035	-	-	-	58,456	-	-	-	58,456
2036	-	-	-	29,228	-	-	-	29,228
Итого	1494,348	2804,844	157,712	788,574	132,000	310,550	90,000	5778,028

Резкое увеличение объема внутреннего государственного долга РФ неизбежно. Это связано с тем, что в настоящее время при выборе источника покрытия дефицита бюджета предпочтение отдается внутренней составляющей структуры государственного долга, так как в стране проводится политика замещения внешнего долга внутренним. При этом, не смотря на максимальный рост объема внутренних государственных заимствований, величина внутренних долговых обязательств находится на приемлемом уровне. Иначе говоря, в перспективе на 2017-2018 года предполагается поддержание умеренной долговой нагрузки.

Исходя из данных таблицы 2, можно утверждать о том, что к 2036 году ожидается погашение задолженности в сумме 5 778, 028 млрд. рублей. Основное погашение наблюдается по ОФЗ-АД, его сумма составляет 788,574

млрд. рублей. Однако, самая большая сумма долга погашается по ОФЗ-ПД - 2804,844 млрд. рублей. А наиболее пассивное погашение займов ожидается по ОВОЗ (в 2018 году – 90 млрд. рублей), которое и на данный момент имеет самый маленький удельный вес в структуре государственного внутреннего долга (1,6437%).

На основании данных, представленных в таблице 3, проанализируем динамику государственного внутреннего долга за исследуемый период.

Таблица 3 - Объем государственного внутреннего долга России

По состоянию на	Объем государственного внутреннего долга Российской Федерации, млрд. руб.	
	всего	в т.ч. государственные гарантии Российской Федерации в валюте Российской Федерации
01.01.2008	1301,15	46,68
01.01.2009	1499,82	72,49
01.01.2010	2094,73	251,36
01.01.2011	2940,39	472,25
01.01.2012	4190,55	637,33
01.01.2013	4977,9	906,6
01.01.2014	5722,24	1289,85
01.01.2015	7241,17	1765,46
01.01.2016	7307,61	1734,52

Используя данные таблицы 3, рассмотрим объем государственного внутреннего долга за восемь лет. Сравнивая объем государственного внутреннего долга РФ за 2008 и 2016 годы, то можно заметить увеличение данного показателя на 6006,46 млрд. руб. Помимо государственных ценных бумаг государственный внутренний долг представлен ещё в государственных гарантиях РФ в валюте РФ. Проанализировав данные показатели, можно заметить увеличение в 2016 году по сравнению с 2008 годом на 1687,84 млрд. руб. Резкий скачок замечен в 2014 году. Объем государственного внутреннего долга выраженного в ценных бумагах и государственных гарантиях имеет тенденцию к увеличению.

Рисунок 1 - Динамика объема государственного внутреннего долга РФ

Анализ скорости и интенсивности развития явления во времени осуществляется с помощью статистических показателей, которые получаются в результате сравнения уровней между собой: абсолютный прирост (убыль), темп роста, темп прироста. Расчёт данных показателей производится по базисной и цепной системе.

Цепные показатели динамики характеризуют соотношение показателей текущего и предшествующего периодов.

Базисные показатели динамики характеризуют отношение данных любого из исследуемых периодов к данным базисного периода.

Данные показатели динамики используются в статье, для полной характеристики изменения внутреннего государственного долга за отдельные периоды времени. Анализ данных показателей представлен в таблицах 4 и 5.

Таблица 4 - Динамика объема внутреннего государственного долга РФ по базисной системе

Годы	Объем, млрд. руб.	Абсолютный прирост (убыль), млрд. руб.	Темп роста %	Темп прироста %
2008	1301,15	-	-	
2009	1499,82	198,67	115,26	15,26
2010	2094,73	793,58	160,99	60,99
2011	2940,39	1639,24	225,98	125,98
2012	4190,55	2889,4	322,01	222,01
2013	4977,9	3676,75	382,5	282,5
2014	5722,24	4421,09	439,7	339,7
2015	7241,17	5940,02	556,5	456,5

Из таблицы 4 видно, что на протяжении всего временного ряда наблюдается абсолютное увеличение объема внутреннего государственного долга РФ. Темп роста и темп прироста показал явное увеличение объема государственного внутреннего долга.

Из таблицы 5 можно сделать вывод о том, что наблюдается снижение объема государственного внутреннего долга в 2012 году (787,35 млрд. руб.), темп прироста при этом составляет -18,79%. Наибольший прирост внутреннего государственного долга РФ отмечается 2011г. (2940,39 млрд. руб.), темп прироста в данном году составил 42,5%.

Таблица 5 - Динамика объема внутреннего государственного долга РФ по цепной системе

Годы	Объем, млрд. руб.	Абсолютный прирост (убыль), млрд. руб.	Темп роста %	Темп прироста %
2008	1301,15	198,67	115,26	15,26
2009	1499,82	594,91	139,6	39,6
2010	2094,73	845,66	140,37	40,37
2011	2940,39	1250,16	142,51	42,5
2012	4190,55	787,35	118,78	18,79
2013	4977,9	744,34	104,9	14,95
2014	5722,24	1518,93	126,5	26,54
2015	7241,17	66,44	100,9	0,9

В данной статье были рассмотрены вопросы, связанные с понятием государственный внутренний долг РФ, проведен анализ структуры и динамики показателей долга, в результате которых, можно сделать вывод о том, что внутренний государственный долг имеет тенденцию к увеличению. Наличие значительного внутреннего долга является еще одним фактором стабилизации и дальнейшего развития экономики.

Ежегодное увеличение государственного внутреннего долга является основной причиной увеличения расходов федерального бюджета.

На 2016 год государственная политика в области государственного внутреннего долга направлена на увеличение выпуска ценных бумаг, обеспечение исполнения бюджетных обязательств. Данные мероприятия проводятся в соответствии с направлениями долговой политики РФ.

Литература

1.Н.А. Толстоброва, В.П. Постникова. Влияние государственного долга на динамику развития экономики Российской Федерации // *Финансы и кредит*, 2015.-37 с.

2.Левин В.С., Колодяжная А.Ю. Государственные облигации Российской Федерации как источник покрытия дефицита бюджета: история и современность // *Известия Оренбургского государственного аграрного университета*. 2015. № 3 (53). С. 260-263.

3.Сайт Министерства Финансов (дата обращения 11.11.2016 г.)<http://www1.minfin.ru>

4.Бюджетный кодекс Российской Федерации // <http://budkod.ru/>

5.Счетная палата РФ (дата обращения 11.11.2016 г.)<http://www.ach.gov.ru>

Состояние и перспективы развития рынка страховых услуг в Оренбургской области

*Степанова Е.А., Новиченко Н.М., студенты
Научный руководитель: Хабарова С.В., к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье проанализированы основные индикаторы рынка страховых услуг по итогам 2015 года по России и по Оренбургской области, рассмотрены результаты деятельности крупнейших страховых организаций. На основе данных о страховых премиях и выплатах в Оренбургской области построен прогноз показателей на 2016, 2017 и 2018 годы. На основе полученных прогнозов показателей рынка страховых услуг в Оренбургской области выявлены основные тенденции и перспективы его развития.

Ключевые слова: страхование, страховые премии, страховые выплаты, прогнозирование, страховые организации.

Abstract. The article analyzed the main indicators of the insurance market at the end of 2015 in Russia and the Orenburg region, discussed the results of activity of the largest insurance organizations. According to the dynamics of insurance premiums and payments in the Orenburg region forecast of indicators for 2016, 2017 and 2018 was done. On the basis of data on key indicators of the insurance market in the Orenburg region the main trends and prospects of its development are revealed.

Keywords: insurance, insurance premiums, insurance payments, forecasting, insurance companies.

Страхование в настоящее время является одним из важнейших элементов рыночной инфраструктуры. Связано это с тем, что в рыночных условиях деятельность любого хозяйствующего субъекта подвержена огромным рискам, проявляющимся, прежде всего, в виде изменения экономической конъюнктуры и экономической политики государства, а также в виде пожаров, стихийных бедствий и так далее. Не меньшим рискам подвергается и каждый человек в своей повседневной жизни.

Страхование в данных условиях служит способом возмещения ущерба от различных неблагоприятных явлений физическим или юридическим лицам посредством создания и использования специальных денежных фондов из взносов этих лиц [4].

Сегодня в России страхование осуществляют государственные и частные страховые компании, занимающие важное место в финансовом секторе экономики. Так, в едином государственном реестре субъектов страхового дела на 31 декабря 2015 года зарегистрированы 344 страховщика, из них 334 страховые организации и 10 обществ взаимного страхования. Общая сумма страховых премий и выплат по всем видам страхования за 2015 год составила

соответственно 1 023,82 и 509,22 млрд руб. (103,3 % и 107,1 % по сравнению с 2014 годом).

Рассмотрим основные показатели деятельности страховых организаций.

По данным Федеральной службы государственной статистики, объем страховых премий по добровольному и обязательному страхованию (кроме медицинского страхования) в Приволжском федеральном округе в 2015 году составил 120386,9 млн. рублей (2-е место после Центрального федерального округа, доля которого составила 57,7%). В добровольном страховании наибольшая доля страховых премий принадлежит страхованию имущества (64,27%). В обязательном страховании наибольшая доля принадлежит иным, кроме личного страхования и страхования гражданской ответственности, видам страхования (98,36%). Всего в Приволжском федеральном округе было заключено 20702674 договоров обязательного и добровольного страхования (кроме обязательного медицинского страхования), осуществлено страховых выплат на 62552,4 млн. рублей (2-е место после Центрального федерального округа, доля которого составила 57,1%).

В Оренбургской области в 2015 году страховыми организациями были получены страховые премии на сумму 6430, 8 млн. рублей (5,34% от уровня Приволжского федерального округа), были осуществлены страховые выплаты на сумму 3248,46 млн. рублей (5,19% от уровня ПФО).

Рынок страховых услуг Оренбургской области представлен крупнейшими страховыми организациями: «Ростгосстрах», «РГС-Медицина», «Ингосстрах», «Макс», «РОСНО-МС», «СОГАЗ», «СОГАЗ-Мед», «УралСиб», «Хоска», «ЭРГО Русь», «РЕСО-гарантия», «АльфаСтрахование», НПФ «БУДУЩЕЕ», «ВСК», «ВТБ Страхование», «МАКС-М», «МетЛайф», «Страховая группа МСК», «МСЦ», «ППФ Страхование» [2].

Проанализировав деятельность данных страховых организаций в разрезе отраслей страхования, отметим, что наиболее популярным в регионе является личное страхование, услуги по которому предоставляют 36% страховщиков (см.рис.1). Наименьший удельный вес в структуре занимает страхование финансовых рисков, услуги по которому предоставляются лишь 5% страховых организаций области.

Рисунок 1 – Структура предоставляемых страховыми организациями услуг в разрезе отраслей страхования

Страховые организации Оренбургской области оказывают широкий спектр страховых услуг как физическим, так и юридическим лицам (см. рис. 2 и рис. 3). Так, в структуре предоставляемых услуг физическим лицам в разрезе видов страхования наибольший удельный вес занимает страхование имущества (14%), также велики доли автострахования, медицинского страхо-

вания, страхования туристов и страхования от несчастного случая (по 13% в общем объеме предоставляемых страховых услуг) (см. рис. 2). Наименьший удельный вес (5%) приходится на пенсионное страхование. Не велика доля и ипотечного страхования – лишь 8% страховщиков области предлагают данную услугу.

Рисунок 2 – Структура предоставляемых страховыми организациями услуг физическим лицам в разрезе видов страхования

В структуре предоставляемых страховых услуг юридическим лицам преобладает страхование имущества предприятий и организаций, удельный вес которого составляет 19% (см. рис. 3). Также велика доля страхования ответственности, услуги по которому предоставляют 16% страховых организаций области. Наименьший удельный вес (по 10%) в структуре занимают страхование рисков и страхование строительства.

Рисунок 3 – Структура предоставляемых страховыми организациями услуг юридическим лицам в разрезе видов страхования

Рассмотрим структуру страховых премий, уплаченных страховым компаниям Оренбургской области в 2015 г. (см. рис. 4).

Рисунок 4 – Структура страховых премий в 2015 г. (кроме обязательного медицинского страхования) [5]

В 2015 г. страховщиками было внесено всего 6430791 тыс. руб. Из рисунка 4 видно, что наибольший удельный вес (41%) в структуре страховых премий занимают премии за обязательное страхование (прежде всего страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств и гражданской ответственности перевозчиков за причинение вреда жизни, здоровью и имуществу пассажиров). Высокий удельный вес занимает страхование имущества (24%) и личное страхование – 20% страховых премий внесено страховщикам за страхование от несчастных случаев и болезней, а также за медицинское страхование. Наименьший удельный вес приходится на страхование предпринимательских (0,09%) и финансовых (1%) рисков.

Рассмотрим структуру страховых выплат страхователям Оренбургскими страховщиками в 2015 г. (см. рис. 5).

Рисунок 5 – Структура страховых выплат в 2015 г. (кроме обязательного медицинского страхования) [5]

В 2015 г. страховыми компаниями Оренбургской области было выплачено страховых возмещений на сумму 3248459 тыс. руб. Из рисунка 5 видно, что наибольший удельный вес в структуре выплат занимают страховые выплаты по обязательному страхованию (46%). Также велики доли выплат по добровольному страхованию имущества (29%) и личному страхованию (21%). На страхование жизни (включая пенсионное страхование) приходится 3%. Наименьший удельный вес занимают выплаты по страхованию гражданской ответственности (1%) и финансовых (0,07%) рисков. Выплат страховых возмещений по договорам страхования предпринимательских рисков не производилось.

Необходимо также отметить, что на территории Оренбургской области функционируют как предлагающие широкий спектр услуг страховые компании, так и специализирующиеся на одном виде страхования. К числу вторых относятся, например, ОАО «Согаз-Мед», ОАО «РОСНО-МС», ООО «Росгосстрах Медицина», осуществляющие обязательное медицинское страхование, а также АО «НПФ «БУДУЩЕЕ»», предоставляющий услуги пенсионного страхования. К первым же можно отнести страховщиков-лидеров страховой деятельности Оренбургской области: ПАО СК «Росгосстрах», СПАО «Ингосстрах», СГ «Макс».

«Росгосстрах» является одной из крупнейших страховых компаний страны. «Росгосстрах» – это холдинг, который включает компании, осуществляющие различные виды страхования: страхование жизни, обязательное ме-

дицинское страхование и пр. Головной компанией является ПАО СК «Росгосстрах».

ПАО «Ингосстрах» является одним из лидеров страховой деятельности в стране. Компания считается правопреемницей Главного управления иностранного страхования СССР, созданного в 1947 году. Сегодня компания предоставляет полный спектр страховых услуг, имеет лицензии на осуществление всех видов страхования, а также на перестрахование.

СГ «Макс» осуществляет страховую деятельность с 1992 года, является универсальной страховой компанией, осуществляет страхование и перестрахование. К видам страхования компании относятся страхование от несчастных случаев и болезней, медицинское страхование, страхование жизни и пр. Рейтинговое агентство «Эксперт РА» неизменно подтверждает максимально возможный рейтинг финансовой устойчивости компании А++.

Доля страховых премий страховых компаний Оренбургской области в общем объеме страховых премий по добровольному и обязательному страхованию (кроме медицинского страхования) по Российской Федерации составила 0,63%. Среди анализируемых компаний наибольший размер страховых премий принадлежит компании «Росгосстрах». Доля страховых компаний Оренбургской области к общей доле страховых выплат по добровольному и обязательному страхованию (кроме медицинского страхования) по Российской Федерации составила 0,64%. На первом месте по объему страховых выплат находится компания «Росгосстрах» [3].

Рассмотрим динамику страховых премий и выплат в Оренбургской области за период 2010-2015 гг. (см. рис. 6).

Рисунок 6 – Динамика страховых премий и выплат в Оренбургской области, млн. руб.

Наибольший абсолютный прирост страховых премий по цепной системе был отмечен в 2014 году и составил 855 млн. руб., по базисной - в 2015 году и составил 2670 млн. руб. Наибольшие темпы роста страховых премий по цепной системе наблюдались в 2011 году и составили 118,52%, по базисной – в 2014 году и составили 179,76%. Следует отметить, что в 2015 году была отмечена убыль страховых премий на 4,87%. В целом, за анализируемый период средний абсолютный прирост составил 534 млн. руб., а средний темп роста 111,33%.

Наибольший абсолютный прирост страховых выплат по цепной системе отмечался в 2013 году и составил 701 млн. руб., по базисной – также в 2013 году и составил 1422 млн. руб. При этом следует отметить, что в последующие годы наблюдалось резкое сокращение объема страховых выплат.

Наибольшие темпы роста как по цепной, так и по базисной системам также наблюдались в 2013 году (124,91% и 167,88%). За анализируемый период средний абсолютный прирост страховых выплат составил 231 млн. руб., средний темп роста 109,18%.

Проверим наличие или отсутствие тенденции в исходных временных рядах с помощью критерия серий.

Количество серий и протяженность самой длинной серии как в ряду динамики страховых премий, так и в ряду динамики страховых выплат равны и составляют соответственно 2 и 3. Таким образом, для данных рядов динамики нарушается неравенство (2), значит, подтверждается наличие зависящей от времени неслучайной составляющей [1, с.42]. Тенденция существует.

$$v(n) > \left[\frac{1}{2} \cdot ((n+1) - 1,96 \cdot \sqrt{n-1}) \right] \quad (1)$$

$$[1,43Ln(n+1)] \quad (2)$$

Осуществим прогноз страховых премий и страховых выплат на 2016, 2017 и 2018 гг. с помощью линий тренда, выбранных по наибольшему коэффициенту детерминации R^2 (таблицы 1, 2).

Таблица 1 – Типы линий тренда с указанием коэффициента детерминации (страховые премии)

№ п. п.	Тип тренда	Уравнение	R^2
1	Линейный	$y = 597,0x + 3340$	0,923
2	Логарифмический	$y = 1702,1\ln(x) + 3563$	0,942
3	Полиномиальный 2-ой степени	$y = -88,43x^2 + 1216,3x + 2515$	0,966
4	Степенной	$y = 3682,3x^{0,335}$	0,965
5	Экспоненциальный	$y = 3549,1e^{0,115x}$	0,913

Наибольший коэффициент детерминации соответствует полиномиальной линии тренда (0,966), поэтому она будет использована при прогнозировании объема страховых премий.

Таблица 2 – Типы линий тренда с указанием коэффициента детерминации (страховые выплаты)

№ п. п.	Тип тренда	Уравнение	R^2
1	Линейный	$y = 275,2x + 1970$	0,773
2	Логарифмический	$y = 817,1\ln(x) + 2037$	0,855
3	Полиномиальный 2-ой степени	$y = -81,01x^2 + 842,3x + 1214$	0,916
4	Степенной	$y = 2075,3x^{0,299}$	0,888
5	Экспоненциальный	$y = 2031,1e^{0,099x}$	0,789

Наибольший коэффициент детерминации соответствует полиномиальной линии тренда (0,916), поэтому она будет использована при прогнозировании объема страховых выплат.

Средние ошибки аппроксимации уравнений тренда страховых премий и выплат составили 2,95% и 5,10%, значит, качество моделей можно признать отличным.

Точечные прогнозы страховых премий и выплат и верхняя и нижняя границы прогнозов представлены в таблицах 3 и 4.

Таблица 3 – Прогноз страховых премий, млн. руб.

Год	Точечный прогноз	Нижняя граница прогноза	Верхняя граница прогноза
2016	6693,93	5984,77	7403,09
2017	6583,48	5707,02	7459,94
2018	6296,17	5247,47	7344,87

По результатам прогнозирования можно сделать следующие выводы: при условии сохранения тенденции, с вероятностью 95% в 2016 году страховые премии будут находиться в интервале от 5984,77 млн. руб. до 7403,09 млн. руб.; в 2017 году – от 5707,02 млн. руб. до 7459,94 млн. руб.; в 2018 году – от 5247,47 млн. руб. до 7344,87 млн. руб.

Таблица 4 – Прогноз страховых выплат, млн. руб.

Год	Точечный прогноз	Нижняя граница прогноза	Верхняя граница прогноза
2016	3140,61	2575,95	3705,27
2017	2767,76	2069,89	3465,63
2018	2232,89	1397,88	3067,90

По результатам прогнозирования можно сделать следующие выводы: при условии сохранения тенденции, с вероятностью 95% в 2016 году страховые выплаты будут находиться в интервале от 2575,95 млн. руб. до 3705,27 млн. руб.; в 2017 году – от 2069,89 млн. руб. до 3465,63 млн. руб.; в 2018 году – от 1397,88 млн. руб. до 3067,90 млн. руб.

Подводя итог всему вышеизложенному, можно сделать следующие выводы. Страховыми организациями Оренбургской области предоставляется широкий спектр страховых услуг физическим и юридическим лицам. Основным драйвером страхового рынка Оренбургской области можно назвать обязательное имущественное страхование.

При этом, необходимо отметить, основой рынка страховых услуг и резервом его развития является добровольное личное страхование, прежде всего страхование жизни и пенсионное страхование. В то же время привлечение инвестиционных ресурсов в экономику требует развития страховых технологий в сфере страхования финансовых, строительных, промышленных и сельскохозяйственных рисков. Однако, на сегодняшний день в Оренбуржье данные виды страхования недостаточно развиты.

Для преодоления сложившейся ситуации, прежде всего, требуется повысить уровень социальной значимости страхования и страховой культуры населения, чему может способствовать улучшение качества страховых услуг, клиентоориентированность страховых компаний, достижение прозрачности условий страхования, рост адаптации порядка страхования под меняющийся спрос. Необходимо также стимулировать интерес потенциальных страхователей к добровольным видам страхования, и во многом осуществить это способно более активное участие государства в функционировании страховой отрасли (например, через субсидирование малообеспеченных граждан на приобретение страховой защиты, через принятие Программы развития страхового рынка Оренбургской области, учитывающей особенности и специфику экономической политики, проводимой в регионе).

Таким образом, перспективным направлением для развития страхования в Оренбуржье является реализация мер, направленных на повышение востребованности добровольных видов страхования. В конечном итоге, предложенные мероприятия способны положительно повлиять на развитие страхового рынка Оренбургской области.

Литература

1. Сажин Ю.В. *Анализ временных рядов и прогнозирование: учебник* / Ю.В. Сажин, А.В. Катынь, Ю.В. Сарайкин. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2013, 192 с.
2. *Страховые компании Оренбургской области* [Эл. ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://orenburg.insure-company.ru> (дата обращения – 08.11.2016 г.)
3. *Федеральная служба государственной статистики* [Эл. ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>. (дата обращения – 08.11.2016 г.)
4. Хабарова С.В. *Актуальные проблемы торгово-экономической деятельности и образования в современных условиях: электронный сборник научных трудов девятой международной научно-практической конференции*, 2014 г., № 9
5. *Центральный банк Российской Федерации* [Эл. ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru> (дата обращения – 08.11.2016 г.)

Финансовый мониторинг как вид финансового контроля

Подольских Т. С., студент

*Научный руководитель: Е. В. Лантева, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Финансовый мониторинг представляет собой инструмент национальной системы, направленный на противодействие отмыванию доходов, полученных преступным путем и финансирования терроризма. В настоящее время в Российской Федерации такими уполномоченными органами являются Росфинмониторинг и органы надзора: Банк России, Федеральная служба по финансовым рынкам России, Государственная пробирная палата, Росстрахнадзор. В настоящей статье будет проведена оценка эффективности деятельности Росфинмониторинга.

Ключевые слова: финансовый мониторинг, финансовый контроль, Росфинмониторинг, противодействие отмыванию доходов.

Abstract. Financial monitoring is a tool of the national system, aimed at countering the laundering of proceeds from crime and terrorist financing. Currently, in the Russian Federation such authorized bodies are Rosfinmonitoring and supervisory authorities: the Bank of Russia, the Federal Service for Financial Markets of Russia, State Assay Office, Rosstrahnadzor. In this article we will assess the effectiveness of the activities of Federal Financial Monitoring Service.

Keywords: financial monitoring, financial control, Federal Financial Monitoring Service, countering money laundering.

Финансовый мониторинг представляет собой инструмент национальной системы, направленный на противодействие отмыванию доходов, полученных преступным путем и финансирования терроризма. В настоящее время в Российской Федерации такими уполномоченными органами являются Росфинмониторинг и органы надзора: Банк России, Федеральная служба по финансовым рынкам России, Государственная пробирная палата, Росстрахнадзор. В настоящей статье будет проведена оценка эффективности деятельности Росфинмониторинга.

На наш взгляд, отношения, возникающие в области финансового мониторинга и смежных сферах, следует рассматривать, в первую очередь, с финансово-правовой точки зрения и в подтверждение этому можно привести несколько доводов.

Во-первых, финансовый мониторинг включает в себя общественные отношения, субъектом которых является либо уполномоченный орган государства, либо иной субъект, который берет на себя ответственность выполнения публичных функций и в силу закона наделен полномочиями давать указания другому субъекту.

Во-вторых, общественные отношения в сфере финансового мониторинга регулируются императивным методом, который устанавливает вертикальную систему отношений между Росфинмониторингом и надзорными органами, субъектами финансового мониторинга, а также между субъектами финансового мониторинга и их клиентами.

В-третьих, объектом финансового мониторинга, в первую очередь, являются операции с денежными средствами.

В-четвертых, финансовый мониторинг, хоть и косвенно, но все же является частью государственной финансовой системы по аккумулярованию, распределению и использованию централизованных фондов денежных средств.

Как уже говорилось ранее, финансовый мониторинг направлен на выявление наличия операций с денежными средствами или иным имуществом, полученных в результате незаконного использования централизованных фондов денежных средств государства и муниципальных образований. Взаимосвязь финансового мониторинга и финансовой деятельности государства подтверждается статистическими данными: преступная деятельность по отмыванию незаконных доходов являются причиной того, что консолидированный бюджет Российской Федерации в среднем несет убытки в размере от 500 до 800 млрд.руб. в год.

Процесс отмывания преступных доходов является причиной того, что объем денежных поступлений в централизованные денежные фонды ограничивается и, как следствие, становится препятствием здоровому аккумулярованию денежных средств в бюджетах различных уровней бюджетной системы страны. А это значит, что отмывание преступных доходов имеет отрицательное влияние на финансовую деятельность государства.

Помимо всего прочего, финансовый мониторинг следует отнести к инструментам обеспечения экономической безопасности страны. Ведь основополагающей составляющей экономической безопасности является блокирование поступления преступных доходов в финансовую систему страны и недопущения эксплуатации системы в целях отмывания преступных доходов и финансирования терроризма.

Финансовый мониторинг как вид финансового контроля основан на принципах, свойственных контрольной деятельности. Например, финансовый мониторинг руководствуется принципами, изложенными в Лимской декларации руководящих принципов контроля (принцип независимости, объективности, компетентности органов финансового контроля).

Вниманию подлежит и то, что государственным органом, возлагающим на себя ответственность противодействия отмывания преступных доходов и финансирования терроризма, является Росфинмониторинг, который представляет собой орган государства в сфере финансового контроля. государственный орган власти, осуществляющий финансовый контроль.

Подробнее рассмотрим деятельность Росфинмониторинга.

На практике ключевой задачей Росфинмониторинга является повышение эффективности надзорной деятельности в сфере отмыwania денег. В публичном отчете о деятельности федеральной службы по финансовому мониторингу за 2015 год указано, что этому способствовала внедренная концепция разделения финансовых институтов по следующим направлениям:

- законопослушные;
- вовлеченные;
- причастные.

Ранжирование организаций в подобном разрезе продолжается Росфинмониторингом и в текущем году. В качестве показателя эффективности осуществления надзорной деятельности здесь выступает рост количества организаций в категории законопослушных, и, соответственно, снижение их количества в остальных группах.

На 1 января 2016 года Росфинмониторингом было зафиксировано 150 тыс. организаций, ИП и пр., задействованных в национальной «антиотмывочной» системе и осуществляющих операции с денежными средствами и иным имуществом. Стоит отметить тот факт, что количество поднадзорных Росфинмониторингу организаций в 2016 году увеличилось на 10%.

Наглядно показать изменение позволит таблица 1, в которой укажем количество организаций на учете Росфинмониторинга по состоянию с 01.01.2012г. по 01.01.2016г.

Таблица 1 – Организации на учете Росфинмониторинга

Тип организации	на 01.01.2012г.	на 01.01.2013г.	на 01.01.2014г.	на 01.01.2015г.	на 01.01.2016г.
Лизинговые компании	около 2 тыс.	около 2,5 тыс.	около 2,8 тыс.	около 3,1 тыс.	около 3 тыс.
Риелторы	около 7 тыс.	более 7 тыс.	более 8 тыс.	более 10 тыс.	более 11 тыс.
Операторы по приему платежей	около 1,5 тыс.	около 1,8 тыс.	около 1,9 тыс.	около 2 тыс.	около 2,2 тыс.
Факторинговые организации	около 50	около 70	около 80	более 90	около 170
Всего	более 10 тыс.	более 11 тыс.	более 13 тыс.	более 15 тыс.	более 16,5 тыс.

Как нами говорилось ранее – положительный рост количества организаций, стоящих на учете Росфинмониторинга является одним из основных показателей его эффективности, ведь чем больше организаций стоит на учете, тем выше вероятность выявить нарушения. Проведем анализ темпа роста и прироста, то есть приведем ряды динамики, данные отобразим в таблице 2.

Таблица 2 – Динамика организаций, стоящих на учете Росфинмониторинга.

Годы	Абсолютный прирост/убыль	Темп роста, %	Темп прироста, %
2012	-	-	-
2013	около 1 тыс.	110	10

2014	около 2 тыс.	118,1	18,1
2015	около 2 тыс.	115,3	15,3
2016	около 1,5 тыс.	110	10

На основе таблицы 2 можно сделать вывод, что в период с 2012г. по 2016г. наблюдается постепенное увеличение организаций, стоящих на учете Росфинмониторинга. Наибольший темп прироста отмечен в 2014г. (18,1%).

Для наглядности изобразим результат на рисунке 1.

Рисунок 1 - Динамика организаций, стоящих на учете Росфинмониторинга.

Далее необходимо составить уравнение тренда, чтобы впоследствии осуществить прогноз, который будет показывать положительный или отрицательный рост исследуемого нами показателя, рис.2.

Рисунок 2 – Динамика количества организаций, стоящих на учете Росфинмониторинга.

Для определения наилучшего уравнения тренда следует обратить внимание на наибольший коэффициент аппроксимации и наименьшую средне-квадратическую ошибку. Оценку надежности уравнения регрессии в целом дает R^2 , в результате расчетов в случае параболы значение данного показателя выше, чем у прямой, поэтому будем использовать для принятия решений и прогнозирования степенную форму тренда.

Используя ранее полученное уравнение тренда вычислим точечный и интервальный прогноз, а также, соответственно среднюю ошибку прогноза конкретного уровня на прогнозные периоды, для этого используем программу Excel.

Средняя ошибка прогноза = 12%

Далее осуществим прогноз по имеющемуся уравнению тренда.

Представим прогнозные рассчитанные значения в таблице 3. Прогноз свидетельствует о том, что количество организаций, стоящих на учете Росфинмониторинга в российской Федерации будет иметь тенденцию к положительному росту.

Таблица 4 – Прогнозные значения количества организаций, стоящих на учете Росфинмониторинга.

Прогнозы	Нижняя доверительная граница прогноза	Прогноз	Верхняя доверительная граница прогноза
Пессимистический	около 16,6 тыс.	около 16,9 тыс.	около 17 тыс.
Реалистический	около 17,8 тыс.	около 18,2 тыс.	около 18,5 тыс.
Оптимистический	около 18,7 тыс.	около 19 тыс.	около 19,5 тыс.

Таким образом, дальнейшая эффективная деятельность Росфинмониторинга в 2017 г. может показать увеличения подотчетных ему организаций (до 17,8 тыс.). При минимальных значениях эффективности рост будет не таким интенсивным и может вырасти до отметки лишь в 16,6 тыс.

Еще одним доказательством эффективности деятельности Росфинмониторинга является то, что в 2015 году поступило около 22 млн. сообщений, что почти в 2 раза больше, чем на аналогичный период 2014 года. Это связано, в первую очередь, с тем, что произошло расширение сферы ответственности финансовой разведки, которое включило в мониторинг системообразующие предприятия, стратегические организации и предприятия оборонно-промышленного комплекса.

В 2015 году сформировалась тенденция к смещению подозрительных финансовых потоков из банковского сектора в небанковский. Обосновывается это ужесточившейся политикой регулирования по отношению к банковским организациям и многообразием форм небанковских финансовых организаций.

Страховой сегмент, по результатам проверки Росфинмониторинга продемонстрировал рост количества таких схем страхования, результатом которых

стало незаконное получение денежных средств из бюджета, выделенных на поддержку слабых секторов экономики.

Под наблюдением Росфинмониторинга также находятся:

- сектор оборота драгоценных металлов;
- негосударственные пенсионные фонды;
- сектор профессиональных участников рынка ценных бумаг;
- сектор банковских агентов и факторинговые компании.

В отношении них проводятся мероприятия, направленные на выявление и пресечение спекулятивных операций на валютном рынке.

Изложенное выше справедливо позволяет рассматривать финансовый мониторинг как часть института финансового контроля, с отнесением его к финансово-правовой области. Финансовый мониторинг представляет собой инструмент государственного и внутрихозяйственного финансового контроля в лице осуществляемой Росфинмониторингом, надзорными органами и субъектами финансового мониторинга деятельности, направленной на пресечения потока преступных доходов в национальную экономику Российской Федерации.

Литература

1. Михайлов В.И. Противодействие легализации доходов от преступной деятельности: Правовое регулирование, уголовная ответственность, оперативно-розыскные мероприятия и международное сотрудничество. СПб.: Юридический центр Пресс, 2012. 230 с.

2. Годме П.М. Финансовое право. М.: Прогресс, 1978. 210 с.

6. Рукавишников И.В. Метод финансового права. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2014. 288 с.

3. Финансовое право: Учеб. / Отв. ред. Н.И. Химичева. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрист, 2014. 350 с.

4. Международно-правовые основы борьбы с коррупцией и отмыванием преступных доходов: Сб. документов / Сост. В.С. Овчинский. М.: ИНФРА-М, 2014. 586 с.

5. Финансовый контроль: Учеб. пособие / Е.Ю. Грачева, Г.П. Толстомятенко, Е.А. Рыжкова. М.: Камерон, 2014. 190 с.

6. Запольский С.В. К вопросу о природе финансовых правоотношений: информационная составляющая // Финансовое право. 2015. № 8. С. 12–16.

7. Финансовое право: Учеб. / К.С. Бельский и др.; Под ред. С.В. Запольского. М.: Российская академия правосудия; Эксмо, 2016. 640 с.

Анализ депозитных операций кредитных организаций в России

Кажаева М.В., студент

Научный руководитель: Лаптева Е.В., к.э.н., доцент

Аннотация. Эффективная деятельность кредитных организаций России является важнейшим условием дальнейшего экономического развития страны и во многом предопределяет темпы роста всей российской экономики. Особое значение для достижения долгосрочных целей и устойчивого развития кредитных организаций имеют депозитные операции. В статье проанализирована динамика и структура депозитных операций физических и юридических лиц. Приведены основные тенденции развития изучаемой категории. Сделаны выводы относительно современного состояния вкладных операций.

Ключевые слова: депозитные операции, вклады, депозитная политика, банковские ресурсы.

Abstract. Efficient activities of credit organizations in Russia is essential for further economic development of the country and largely determines the rate of growth of the Russian economy. Of particular importance in order to achieve long-term goals of sustainable development and lending institutions are deposit transactions. The article analyzes the dynamics and structure of deposit operations phi individuals and legal entities. The basic tendencies of development of the studied categories. Conclusions on the current state of deposit operations.

Keywords: deposit operations, deposits, deposit policy, bank resources.

Основной объем банковских ресурсов формируется за счет привлеченных средств, аккумуляция которых осуществляется банком в процессе проведения депозитных и недепозитных операций.

Стабильность депозитных источников средств определяется знанием срока привлечения и постоянством взаимоотношений банка с вкладчиками (возобновляемым характером данных взаимоотношений). При наличии значительной части стабильных источников средств у банков есть возможности для наращивания объема средне- и долгосрочных операций в сфере кредитования реального сектора экономики и удовлетворения потребностей экономики в инвестиционных ресурсах [1, с. 102].

В этой связи представляется актуальным проведение анализа привлеченных кредитными организациями России депозитов физических и юридических лиц за последние 5 лет, с целью выявления их структурных особенностей и потенциальных возможностей использования в сфере кредитования.

Экономическая наука и практика представлены разными подходами и школами. При этом экономисты, как ученые, так и практики, часто вкладывают в одни и те же экономические термины (понятия, категории) различный смысл и придают им далеко не одинаковое значение. Соответственно и депозитные операции трактуются в экономической литературе далеко не однозначным образом.

Г.Г. Коробова определяет депозитные операции как: «...операции банков по привлечению денежных средств юридических и физических лиц во вклады либо на определенный срок, либо до востребования» [2, с. 59].

В современном экономическом словаре дается следующее определение: «Депозитные операции – это операции кредитных учреждений, банков по привлечению денежных средств в виде вкладов и размещению этих вкладов, то есть кредитование денежных средств за счет полученных депозитов».

Так или иначе, совокупность различных подходов к изучаемой категории позволяет сделать вывод о том, что в основном под депозитными операциями понимают привлечение банком денежных средств у населения и организаций.

Особый интерес вызывает анализ объема вкладов физических и юридических лиц в России, а также их структура по срокам привлечения. По данным Банка России проанализируем динамику изучаемого показателя [4] (Рис. 1.)

Рисунок 1 – Динамика объема привлеченных кредитными организациями вкладов физических лиц, млн. руб.

Анализ данных рисунка 1 позволяет сделать вывод о том, что объем вкладов физических лиц всего за анализируемый период постоянно увеличивается, также как и вклады населения в рублях. Стоит отметить, что физические лица предпочитают инвестировать в рублевые вклады, нежели, в иностранные. Это может быть связано с непостоянством курсов валют и общей экономической напряженностью. В целом можно отметить, что объем вкладов физических лиц к 2015 г. увеличился по сравнению с 2011 г. на 10429816 млн. руб., в том числе в рублях на 6394815 млн. руб.

Анализируя структуру вкладов, выделяют депозиты по срокам привлечения. Проанализируем вклады физических лиц за 2011-2015 гг. по срокам привлечения (Табл. 1).

Таблица 1 – Структура депозитов физических лиц по срокам привлечения

Показатели	2011 г.		2015 г.	
	Сумма, млн. руб.	В % к итогу	Сумма, млн. руб.	В % к итогу
Вклады (депозиты) физических лиц в рублях, всего:	8 968 851	100	15 363 666	100
В том числе:				
до востребования	1 658 151	18,49	2 479 734	16,14
на срок до 30 дней	19 278	0,21	77 618	0,51
на срок от 31 до 90 дней	98 066	1,09	237 831	1,55
на срок от 91 до 180 дней	302 745	3,38	871 139	5,67
на срок от 181 дня до 1 года	1 293 066	14,42	5 514 913	35,90
на срок от 1 года до 3 лет	4 709 732	52,51	5 475 732	35,64
на срок свыше 3 лет	887 813	9,90	706 699	4,60

По данным таблицы 1 можно отметить, что наибольшая доля вкладов в 2011 г. приходится на срок 1-3 года - 52,51%, причем к 2015 г. доля сокращается на 16,87 п.п. В 2015 г. наибольшая доля приходится на вклады на срок от 181 дня до 1 года – 35,90% и на срок 1-3 года – 35,64%. Наименьшая доля вкладов приходится на срок до 30 дней (0,21% в 2013 г. и 0,51% в 2015 г.). Доля вкладов до востребования к 2015 г. сократилась до 16,14%, то есть на 2,35 п.п. В целом можно сделать вывод о том, что в структуре показателя к 2015 г. по сравнению с 2011 г. наблюдаются значительные изменения.

В современных условиях депозитные операции коммерческих банков выступают основой для большей части ресурсов, направленных на кредитование физических лиц и юридических лиц.

По данным Банка России проанализируем ситуация на рынке вкладных операций юридических лиц [4] (Рис. 2).

Рисунок 2 – Динамика объема привлеченных кредитными организациями вкладов юридических лиц, млн. руб.

По данным рисунка 2 можно сделать вывод о том, что объем вкладов организации за анализируемый период растет. В целом этот показатель к 2015 г. по сравнению с 2011 г. увеличился на 10389284 млн. руб. В том числе вклады в рублях на 3659533 млн. руб. Также можно отметить, что с 2013 г. наблюдается рост вкладов организаций в иностранной валюте. Рост вкладов в рублях не такой значительный.

Проанализируем вклады организаций (кроме кредитных организаций) за 2011-2015 гг. по срокам привлечения (Табл. 2).

Таблица 2 свидетельствует о том, что в структуре вкладов организаций в 2015 г. и 2011 г. произошли значительные изменения. Наибольшая доля вкладов в 2011 г. приходилась на срок от 91 до 181 дня – 20,74%, а в 2015 г. на срок до 30 дней. Доля вкладов на срок до 30 дней в целом к 2015 г. увеличилась на 17,05 п.п. Наименьшая доля вкладов приходится на срок до востребования – менее 1,5% в 2011 г. и менее 1% в 2015 г.

Таблица 2 – Структура депозитов юридических лиц по срокам привлечения

Показатели	2011 г.		2015 г.	
	Сумма, млн. руб.	В % к итогу	Сумма, млн. руб.	В % к итогу
Вклады (депозиты) физических лиц в рублях, всего:	5 464 386	100	9 123 919	100
В том числе:				
до востребования	66 791	1,22	85 943	0,94
на срок до 30 дней	900 575	16,48	3 059 121	33,53
на срок от 31 до 90 дней	1 027 745	18,81	1 241 598	13,61

на срок от 91 до 180 дней	1 133 281	20,74	1 199 942	13,15
на срок от 181 дня до 1 года	807 052	14,77	974 362	10,68
на срок от 1 года до 3 лет	763 316	13,97	788 448	8,64
на срок свыше 3 лет	765 626	14,01	1 774 506	19,45

В 2015 году российский банковский сектор развивался в непростых условиях: сокращался валовый внутренний продукт, высоким был уровень инфляции, сохранялись трудности с внешним фондированием корпораций и банков. Всё это, несомненно, оказало воздействие на рынок вкладных операций [4].

Необходимо отметить, что на сегодняшний день рынок банковских депозитов считается наиболее активно развивающимся сектором отечественного рынка банковских услуг. И прежде всего это связано с формированием рынка вкладов населения. Коммерческие банки продолжают быть основными «сборщиками» сбережений населения и основными поставщиками долговременных инвестиционных ресурсов. Невзирая на то, что доходность по банковским вкладам не превышает уровень инфляции, банковские вложения для основной массы населения остаются наиболее распространенным типом инвестиций [5, с. 279].

За последние 5 лет прослеживается существенное повышение объемов вкладов населения в коммерческих банках и значительное изменение их структуры в пользу долговременных инвестиций. Помимо этого, привлечение средств физических лиц в банковские вклады и депозиты считается одним из механизмов «связывания» выпущенных в обращение наличных денег. В связи с этим стимуляция деятельности банков по привлечению этих денежных средств считается одной из стратегических задач формирования банковской системы.

Литература

1. *Банковские операции: Учебник / А.В. Печникова, О.М. Маркова, Е.Б. Стародубцева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014.*
2. *Банковские операции: Учебное пособие для средн. проф. образования / Коробова Г. Г., Нестеренко Е. А., Карпова Р. А., Коробов Ю. И. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 448 с.*
3. *Банковское дело: Учебник / Е.Б. Стародубцева. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 464 с.*
4. *Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.cbr.ru/>.*

Потребительское кредитование в современной России

Вергунова А.В., студент

Научный руководитель: Лантева Е.В., к.э.н., доцент

Аннотация. Данная статья посвящена изучению рынка потребительского кредитования в современной России. На сегодняшний день для большинства населения России кредит является единственной возможностью осуществления своих потребностей. Потребительский кредит – это кредит, предоставляемый гражданам или домашним хозяйствам для приобретения предметов потребления.

Ключевые слова: банк, кредит, потребительский кредит, рынок кредитования.

Abstract. This article is devoted to the study of the consumer lending market in Russia. Today, for the majority of Russian loan is the only possibility to implement its requirements. Consumer credit - a loan provided by individuals or households for the purchase of consumer goods.

Keywords: bank, credit, consumer credit, credit market.

В настоящее время одним из самых динамично развивающихся рынков в России является рынок потребительского кредитования.

Потребительское кредитование является неотъемлемой частью современного розничного рынка, покупателями на котором являются отдельные лица и домохозяйства, приобретающие товары и услуги для личного потребления.

Потребительский кредит – это кредит, предоставляемый гражданам или домашним хозяйствам для приобретения предметов потребления. Такой кредит берут не только для покупки товаров длительного пользования (квартиры, мебель, автомобили и т. п.), но и для прочих покупок (мобильные телефоны, бытовая техника, продукты питания).

В настоящее время потребительский кредит является самым популярным видом кредитования. Существует масса причин и ситуаций, побуждающих людей обращаться за ссудой, и на каждую из них найдется свой банк с наиболее подходящими заемщику условиями.

На сегодняшний день для большинства населения России кредит является единственной возможностью осуществления своих потребностей. Кредитные операции относятся к активным операциям коммерческого банка. В структуре банковского бизнеса данный вид операций приносит им основную прибыль. Структура кредитных операций конкретного банка зависит от величины его активов, расположения центрального отделения, наличия и разветвленности сети отделений, состава клиентуры, специализации банка и т.д.

В отличие от других кредитов, объектом потребительского кредита могут быть и товары, и деньги. Товарами, продаваемыми в кредит, как и оплачиваемыми за счёт банковских ссуд, являются предметы потребления длительного пользования. Субъектами кредита, с одной стороны, выступают кредиторы, в данном случае – это коммерческие банки, специальные учре-

ждения потребительского кредита, магазины, сберкассы и другие предприятия, а с другой стороны – заемщики – люди. Как правило, срок потребительского кредита варьируется от 6 месяцев до 5 лет, сумма - от 5 до 400 тысяч рублей (иногда до 1 миллиона рублей). Валютой кредита обычно выступают рубли, доллары и евро. При заключении кредитного договора нужно внимательно изучать условия предоставления кредита и обращать особое внимание на предстоящие расходы по кредиту.

Рынок потребительского кредитования – это сегмент финансового рынка, в который входят выдача банками потребительских кредитов, экспресс-кредитование, а также POS-кредитование в торговых точках. На сегодняшний день предложения потребительских кредитов есть фактически у каждого банка. По данным Центрального Банка Российской Федерации в период с 1 января 2012 года по 1 января 2016 года наблюдается значительный прирост объемов потребительского кредитования в Российской Федерации.

Рисунок 1 - Динамика объема потребительского кредитования

По данным рисунка 1 можно сделать вывод о том, что, в 2013 году объемы потребительского кредитования увеличились на 20 процентов в сравнении с 2012 годом, в 2014 году объемы потребительского кредитования увеличились на 24,8 процента в сравнении с 2013 годом. Начиная с 2014 года, произошло резкое снижение объема выданных кредитов, возможно, это связано с нестабильностью курса валют. В целом объем потребительского кредитования за 2012-2016 годы уменьшился на 4,5 процентов.

Стремительный рост спроса и предложения, всколыхнувший рынок потребительского кредитования 2012-2014 годов, прекратился в начале 2015 года. Рынок потребительского кредитования с конца 2014 года остался на том же уровне без изменений.

Принятие Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» (№ 353-ФЗ) привело к существенному ужесточению кредитной политики

банка. Политика Центрального банка была направленная на повышение качества кредитных портфелей банков и борьбу с высоко рисковыми программами кредитования. Тем самым банки стали выдавать меньше кредитов и более тщательно подходят к оценке заемщиков. В 2014 году банки сильно ужесточили требования к заемщику. Стандартные способы оценки клиента стали недееспособными, поэтому уже в 2015 году использовались уже существующие технологии по анализу положения заемщика с использованием информационных технологий и социальных сетей. Определение точек роста с учетом долговой нагрузки различных слоев населения и территорий позволяет правильно найти «точки роста» бизнеса и минимизировать потери в объеме бизнеса от ужесточения условий кредитования.

По итогам 2015 года портфель необеспеченных кредитов физическим лицам прибавил не более 17 %, против 31 % в 2014 г. В целом рост на рынке потребительского кредитования в прошлом 2015 г. и в текущем 2016 году находится на уровне 10-15 %. В сфере потребительского кредитования уже видны элементы перегрева: чрезмерно высокий уровень роста задолженности по сравнению с доходами заемщиков. В целом потребительское кредитование может стать уже не столько двигателем роста, сколько угрозой финансовой стабильности.

В 2014 году прирост просроченной ссудной задолженности по кредитам, предоставленным физическим лицам, составлял 40 %. В 2015 году этот показатель уже достиг 43 %.

С 1 января 2016 года действуют ограничения предельно допустимой величины полной стоимости кредита, что привело к изменению структуры рынка потребительского кредитования – вынужденному уходу кредитных организаций из данного сегмента и их замещению небанковскими финансовыми организациями. В 2015 году объем потребительского кредитования в России сократился на 5-7 %. Это произошло из-за резко выросшей ключевой ставки Центрального Банка.

Потребительский бум накрыл Россию, банковские кредиты становятся все более популярными и доступными. По данным ЦБ, только за последний год долг среднего россиянина перед банками вырос на 75%

Подводя итог, необходимо отметить, что в настоящее время потребительское кредитование активно развивается в нашей стране, что положительно сказывается на экономике как банковского сектора, так и экономике России в целом.

Литература

1. *Банковское дело: учебник / кол. авторов: под ред. засл. деят. науки РФ, проф. О.И. Лаврушина. – 9-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2012. – 768 с.*
2. *Банковское дело: розничный бизнес: учебное пособие / кол.авторов; под ред. Г.Н. Белоглазовой и Л.П. Кроливецкой. – М.: КНОРУС, 2014. – 416 с.*
3. *Центральный Банк Российской Федерации URL: <http://www.cbr.ru>*

Современные проблемы трансформации сбережений населения во вклады банков в России

Пахарь Е.К., студент

*Научный руководитель: Лантева Е.В., к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье рассматривается процесс трансформации сбережений населения во вклады банков и проблемы его реализации в современной России. Поднимаются вопросы мотивов сбережений населения в банках, их изменения и поиска направлений по повышению объемов вкладов. Также, рассмотрены проблемы утечки сбережений граждан и пути решения данных проблем.

Ключевые слова: сбережения, банковские вклады, сберегательный процесс, сбережения населения, финансовые ресурсы.

Abstract. The article considers the process of transformation of savings of population in deposits of banks and problems of its implementation in modern Russia. Raises questions of the motives of people's savings in banks, their changes and the search directions on increase of volumes of deposits. Also, the problems of leakage savings and solutions to these problems.

Keywords: savings, bank deposits, savings process, savings of the population, financial resources.

Сбережения – это часть совокупного дохода домохозяйств, которая не направляется на текущее потребление, а резервируется в виде активов, сформированных с целью получения дополнительного дохода, страхования от непредвиденных случаев и повышения материального статуса, позволяющих сохранять привычный уровень потребления при изменении располагаемого дохода и их дальнейшего использования для удовлетворения своих потребностей в будущем или формирования богатства [1].

Сбережения выступают источником финансового богатства домашних хозяйств, воплощаемого не только в денежной форме, но и в материальных и нематериальных активах. Текущий объем сбережения населения, а также накопленная часть его финансового богатства являются резервом роста экономики и развития финансовых институтов, инвестиционным потенциалом государства.

Для того чтобы определить степень важности вовлечения сбережений граждан в инвестиции, необходимо рассмотреть, как происходит движение дохода в экономике и как влияют сбережения на это движение.

Кругооборот дохода в широком смысле состоит из доходной и расходной стороны. Доходная сторона хозяйственного кругооборота представляет собой произведенные материальные блага, расходная сторона — потреблен-

ные материальные блага. В процессе производства материальных благ происходит постоянное движение денег, товаров и услуг. Деньги переходят от производств к домашним хозяйствам и назад к производствам и как поток товаров и услуг движутся в обратном направлении.

Таким образом, если сумма средств на потребление равняется сумме дохода, то денежный поток находится в равновесии. Но на практике, как правило, доходы изменяются, что приводит к образованию сбережений, а это, в свою очередь, представляет собой утечку денежных средств из кругооборота.

Проблемы утечки сбережений граждан можно определить с помощью понятия «парадокс бережливости». То есть, сбережения могут быть выгодны одному человеку, но могут принести вред экономике страны в целом. Ведь деньги при накоплении в той или иной форме изымаются из оборота, а это приводит к сокращению спроса на потребительские товары, что может привести к общему экономическому спаду, однако это имеет место, когда средства не используются для финансирования инвестиций.

Исторически первыми рыночными субъектами, выполняющими функцию трансформации сбережений в инвестиции, являлись банки. Аккумулируя с помощью депозитных операций большое количество различных по объему сбережений населения, банки осуществляют их количественную и качественную трансформацию, создавая колоссальные дополнительные финансовые ресурсы для развития экономики. Первым этапом в данном процессе является именно аккумуляция сбережений во вкладах.

На современном этапе развития экономики к основным условиям, обеспечивающим трансформацию сбережений во вклады банков, можно отнести:

- институты (формальные и неформальные);
- инфраструктура (развитая инфраструктура ослабляет эффект удаленности регионов, стимулирует сбережения, обеспечивает доступность разнообразных форм вкладов);
- стабильность макроэкономической среды: снижение инфляции;
- развитость финансового рынка, обеспечение эффективности и надежности финансовых инструментов [4].

Мотивами сбережений населения во вкладах банка являются накопление, сохранение ценности и получение дополнительного дохода. Все они определяют выбор направления методов сбережений, выбор депозитного продукта. Цена выбора – отказ от текущего потребления с целью получения дополнительного дохода – процентов.

Мотивами банков при привлечении сбережений является потребность в формировании финансовых ресурсов для получения прибыли посредством финансовых операций. Цена – выплата процентов. Инфраструктура рынка в России постоянно изменяется на текущий период существует множество банков, но идет тенденция по их сокращению. Это связано, как с целенаправленной политикой Правительства.

Лидирующее положение по вкладам от населения на протяжении последних 10 лет занимает ПАО «Сбербанк России», в нем аккумулируется свыше 80% всех личных сбережений. Прежде всего, это связано с тем, что основным предпочтением большинства населения остается надежность и сохранность своих денежных средств.

Однако доля Сбербанка на рынке вкладов в течение последних лет снижалась, за исключением кризисного 2008 года. Во время обострения кризиса россияне предпочитали размещать вклады именно в государственном банке, опасаясь за их сохранность. Но уже в 2009 году многие финансовые организации резко повысили ставки по депозитам, из-за чего россияне вновь понесли деньги в частные банки [7]. Таким образом, коммерческие банки активно конкурируют и все больше привлекают в сферу своего обслуживания часть вкладчиков. Самыми надежными банками с точки зрения собственного капитала и рейтинга Национального агентства финансовых исследований по вкладам физических лиц, кроме ПАО «Сбербанк России», являются ПАО «ВТБ 24», АО «Банк ГПБ», АО «Россельхозбанк».

Одними из свойств привлечения сбережений во вклады, является их ликвидность, поэтому наличие большого числа филиалов банка, возможности удаленного заключения сделки, взаимодействия с банком определяет рост спроса на депозитные продукты. С другой стороны, наличие других игроков финансового рынка и направлений сбережений снижают спрос на депозиты.

Одним из основополагающих факторов, которые повышают либо снижают объем сбережений, следует считать экономическую безопасность сбережений. Если в стране наблюдается нестабильная политическая и финансовая обстановка, то можно с уверенностью предположить, что все сберегательные субъекты начнут потреблять, а не сберегать доходную часть. Это и происходит в периоды обострения кризиса в России.

Таблица 1 - Рейтинг банков по вкладам физических лиц на 01.02.2016

№	Наименование банка	Место по активам 01.02.2016	Депозиты ФЛ на 01.02.2015, млн.руб.	Депозиты ФЛ на 01.02.2016, млн.руб.	Прирост, %
1	ПАО «Сбербанк России»	1	6733494,5	8371982,5	24%
2	ПАО «ВТБ 24»	5	1419994,4	1735909,1	22%
3	АО «Банк ГПБ»	3	424219,3	555147,9	31%
4	АО «Россельхозбанк»	6	288111,8	460664,9	60%
5	ОАО «Банк Москвы»	9	247823,3	366357,0	48%
6	АО «Альфа-Банк»	7	283471,8	307682,5	9%
7	ПАО «БИНБАНК»	15	177263,4	279433,6	58%
8	ПАО «Промсвязьбанк»	12	211298,5	233788,7	11%
9	ПАО Банк «ФК Открытие»	4	118042,4	219038,6	86%

В соответствии с представленными данными можно сделать вывод, что в периоды кризиса основная доля сбережений аккумулируется вне банковской сферы. Причины этого раскрываются в результатах опросов Росстата, целями сбережений на текущий период, в условиях кризиса, является сбережение временно свободных денежных средств, а цель получения дополнительного дохода отмечается населением довольно редко.

Наличие мотива сохранения ценности вкладов и получение дополнительного дохода характерно для среднего и высшего класса населения, имеющего доходы выше среднего. Ограничениями привлечения сбережений на данном секторе является рост конкуренции со стороны финансовых структур. Уровень конкуренции повышается за счет роста возможностей получения дополнительного дохода на других рынках (покупка акций, инвестиции в недвижимость и прочее). Поэтому уровень конкуренции здесь гораздо выше.

В связи с этим, ключевыми факторами по достижению конкурентных преимуществ банками являются:

1. Доходность вкладов – рост процентной ставки, обеспечивающей ценность сбережений. Процентная ставка по вкладам должна превышать уровень инфляции, по крайней мере, по официальным источникам. Также уровень процентной ставки должен быть конкурентным (быть соизмеримым) с доходностью на других финансовых рынках.

2. Гарантия возврата номинальной стоимости сбережений, гарантии дохода при соблюдении условий размещения вклада.

Таким образом, в целях повышения объемов сбережений во вкладах банковскому сектору необходимо увеличивать краткосрочные депозитные продукты с гибкими условиями размещения сбережений, также требуется повышение процентных ставок. Помимо изменений условий депозитных продуктов необходимо совершенствовать систему взаимодействия с клиентами, реализуя работу по повышению доверия к банку, рекламы банковских услуг.

Литература

1. Галимова, А.Ш. Трансформация экономического и сберегательного поведения домашних хозяйств в современной экономике // *Актуальные проблемы труда и капитала: коллективная монография / под ред. М.Р. Богатыревой.* – Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2015. – с. 135–141.

2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Росстат. – Режим доступа: <http://permstat.gks.ru/> (дата обращения: 8.01.2017).

3. Тарханова, Е.А., Бабурина Н.А. Современные тенденции развития банковской системы России: Аналитический аспект // *Экономика и предпринимательство.* – 2014. – № 10. – С. 271 – 277.

Современные вызовы и тренды развития банковской системы

Тлеува А. В., студент

*Научный руководитель: Лаптева Е. В., к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В этой статье мы рассматриваем современные проблемы и тренды развития банковской системы. Так как, современное регулирование финансовых рынков сводится к созданию единообразных требований ко всем участникам рынка, а также в контроле над их соблюдением. Но даже в таких условиях механизм может не работать, тогда надо анализировать ситуацию с точки зрения улучшения финансового климата страны, развития новых финансовых институтов и рынков.

Ключевые слова: банк, система, лицензия, тренд, развитие.

Abstract. In this article, we consider the current problems and trends of development of the banking system. Since the current regulation of financial markets is to create uniform requirements for all market participants, as well as control over their implementation. But even in such circumstances, the mechanism cannot work, then it is necessary to analyze the situation from the standpoint of improvement in the financial climate in the country, the development of new financial institutions and markets.

Keywords: bank system, license, trend development.

Банковская система любой страны играет роль кровеносной системы в экономике. Поэтому следует понимать, что для оздоровления экономики страны нельзя обойтись только чисткой ее кровеносной системы. Для создания надежной и устойчивой экономики надо развивать промышленное производство и наукоемкие сферы производства, а одним регулированием финансовых рынков нужного результата не достичь. Проблемы в экономике страны всегда отражаются на банковском секторе и одним только регулированием проблему решить невозможно.

В последние годы в России устоялось четкое мнение, что чем крупнее банк, тем он надежнее (Рис. 1). В свою очередь мелкие и средние банки, являются слабыми игроками и приносят вред экономике и банковскому сектору. В этой связи политика зачистки банковского сектора получила широкое распространение, однако отказ от мелких и средних банков привел к снижению конкуренции на рынке банковских услуг и усугубил территориальные диспропорции банковской сети в целом по стране. Традиционно в России наблюдалась концентрация финансовых учреждений в крупных городах, особенно в Москве, а столь массовое сокращение кредитных организаций еще больше усугубило эту диспропорцию. Кроме этого, последние годы ознаменовались громкими отзывами лицензий у многих крупных банков.

Многие из них проходят процедуру санации. Пришлось даже создавать мега-санатора для мегакрупных банков. В итоге крупные, надежные банки нуждаются в финансовом оздоровлении (Рис. 2). На санацию за последние годы было потрачено около 1,5 трлн. рублей. Эти суммы с учетом текущего положения экономики, дефицита бюджетов разных уровней и поддержки банков, попавших в особенно сложное положение ввиду ситуации конца 2014 года, очевидно, могли бы быть использованы и на другие цели [1, с. 57].

В таких условиях главной проблемой российского банковского сектора стало его огосударствление, что порождает частые обращения за помощью банков к государству. Достаточно вспомнить одну только программу до капитализации банков через облигации федерального займа на 1 трлн. рублей. Огосударствление и укрупнение банков ведет к концентрации банковских активов, что увеличивает риски возникновения крупных банкротств. Но политика сокращения числа банков сохраняется, словно форма превалирует над содержанием, когда дело в количестве и размерах банков, а не в качестве проводимых операций, надежности активов и профессионализме менеджмента. Конечно, Банк России стремится достичь именно такого результата и создать надежный и прозрачный банковский сектор в России, но путь к такому результату выбран особенный [2, 316].

Таким образом, финансовый сектор России переживает великое переселение капиталов и кадров из макрофинансовой сферы в микрофинансовую. Классический банкинг, формировавшийся в современной России исчерпал себя, банковское дело вынуждено искать новые пути развития будь то в сфере финтехнологий или микрофинансирования. Не стоит забывать о попытках появления в России направлений религиозного банкинга, о существовании которого раньше мало кто слышал или знал.

Тренды развития денежно-кредитной политики. Банка России при проведении денежно-кредитной политики постоянно находится перед выбором главной задачи из трех:

- обеспечение ценовой стабильности;
- обеспечение финансовой стабильности;
- создание условий для роста экономики и полной занятости.

Риски последних лет, сработавшие в российской политике и экономике, фактически обусловили превалирование задачи обеспечения финансовой стабильности над прочими, поэтому инструменты денежно-кредитной политики развивались, прежде всего, в направлении поддержания устойчивости функционирования ведущих российских банков. Достаточно напомнить о значительном расширении программ рефинансирования банковской системы в конце 2014 – начале 2015 годов, когда объемы кредитов Банка России коммерческим банкам за короткое время удвоились и достигли 8 трлн.руб.

Банковский сектор необходимо было удержать от коллапса на фоне валютной паники конца 2014 года и резких колебаний в поведении вкладчиков. Законодатели молниеносно расширили гарантии по депозитам банковских клиентов. Банк России пошел на значительное ослабление пруденциальных

нормативов, а также дал возможность подправлять банковскую отчетность без учета рыночных колебаний валютного курса рубля. Кроме того, оценка кредитных рисков была существенно упрощена, и регулятор намеренно оставлял множество вариантов более мягкой оценки клиентов-заемщиков коммерческих банков [1, с. 56].

После относительной стабилизации банковского сектора и некоторого улучшения финансового состояния системообразующих коммерческих банков для Банка России на первый план вышла задача обеспечения ценовой стабильности. «Монетаристский подход» предполагает сжатие денежного предложения основным фактором ограничения инфляции, поэтому действия регулятора сократили общую задолженность коммерческих банков перед ним в 2015 году на 40%. Очевидно, что сжатие денежного предложения сказалось на замедлении кредитной активности в банковской системе. Впервые за долгие годы объемы вновь выданных кредитов экономике в годовом выражении снизились. Вместе с тем, существенный объем накопленной задолженности прежних лет на фоне повышения общего уровня процентных ставок обеспечил дополнительный рост долговой нагрузки на компании реального сектора.

Рисунок 1 - Рейтинг лидеров банковского рынка России по активам на 01.01. 2016 г., млрд. долл.

По мнению экспертов РИА Рейтинг, 2016 год для российского банковского сектора выдался достаточно непростым, но к концу года статистика стала более оптимистичной. Объем активов в номинальном выражении российского банковского сектора за январь-ноябрь 2016 года сократился на 3,2%, согласно данным Банка России. При этом вся негативная номинальная динамика одиннадцати месяцев была полностью обеспечена валютной переоценкой, что является следствием значительного укрепления рубля. Тогда как без учета влияния валютной переоценки объем активов наоборот вырос на 0,3%. Стоит отметить, что ноябрь стал четвертым подряд месяцем с поло-

жительной динамикой активов в реальном выражении, что может свидетельствовать об оживлении рынка банковских услуг [4].

Рисунок 2 - Доля банка в активах банковской системы России на 01.01. 2016 г., %

Полноценно подойти к решению третьей задачи - поддержке экономического роста Банку России мешает нестабильность финансового рынка, вызванная волатильностью цен российского экспортного сырья. Сдерживание предоставления ликвидности банкам и повышенные процентные ставки, по мнению ЦБ РФ, стабилизировали колебания валютного рынка и замедлили инфляцию. Однако эта политика стимулирует стагнацию в реальном секторе из-за затянувшейся инвестиционной паузы. Рост стоимости заимствований краткосрочно увеличивает доходы финансовых институтов, однако формирующиеся депрессивные настроения в экономике в будущем сужают возможности для кредитной экспансии. Еще не прошло достаточно времени, чтобы новый трансмиссионный механизм денежно-кредитной политики смог адекватно настроиться и помочь адаптироваться экономике к реалиям плавающего валютного курса.

В настоящее время Банк России надеется на более существенное падение инфляции к концу 2016 года, что даст возможность снизить процентные ставки до приемлемого уровня. На наш взгляд, такая стратегия слишком консервативна и, в случае очередного ухудшения сырьевой конъюнктуры, не позволит создать денежно-кредитных условий для экономического роста [1, с. 57].

Еще одним трендом в развитии банковской системы России является ее очищение от недобросовестных кредитных организаций. Часто такая политика называется зачисткой банков, но это только отчасти является правдой. На ежемесячной основе Банк России отзывает лицензии у кредитных организаций с целью повышения доверия к банкам со стороны вкладчиков и кредито-

ров, развития национальной экономики, борьбы с коррупцией и отмыванием преступных доходов (Рис. 4).

За период с 2010 по 2015 гг. Банк России лишил лицензий (Рис. 3) более 300 кредитных организаций и в перспективе 2-3 лет общее количество уменьшится до 300-400 кредитных организаций. Возможно, такая политика Банка России приведет к тому, что в России вообще останется несколько банков или один Госбанк.

Рисунок 3 - Результаты отзыва лицензий по числу банков с 2010 - 2015 гг.

Последнее время этот процесс замедлился ввиду кризиса и дефицита средств у АСВ для выплаты вкладчикам банков, однако вектор развития очевиден и сам процесс уменьшения количества банков остановлен не будет. В конечном итоге на российском рынке останутся только крупные игроки и несколько десятков узкоспециализированных банков.

Рисунок 4 - Результаты отзыва лицензий по объему активов с 2010 - 2015 гг.

Текущие условия и «стратегия ожиданий» формируют зыбкую среду для развития большинства бизнесов в России. На рубеже 2016 года обозна-

чилась очень высокая корреляция между курсом рубля и нефтяными ценами, но при этом все очевиднее ослабление зависимости индекса потребительских цен от курса рубля. Быстрее всех эту ситуацию «прочувствовал» рынок государственных облигаций, на котором инвесторы предъявили значительный спрос. Так, средние доходности ОФЗ в феврале 2016 года оказались на 2% ниже ключевой ставки Банка России. Конечно, этому способствовал некоторый спад геополитической напряженности вокруг России, что позволило ей включиться в борьбу за приток иностранного (но, к сожалению, спекулятивного) капитала на отечественный фондовый рынок. Среди конкурентов в этой борьбе можно выделить Бразилию, Аргентину, ЮАР и прочие страны с завышенной процентной ставкой относительно уровня инфляции [4, с. 27].

Задачи по поддержке финансовой устойчивости банковских институтов Банком России выполняются вполне квалифицированно, инфляция рано или поздно замедлится до целевого уровня, однако нет никаких гарантий, что предприятия, которые могли бы стать локомотивами будущего роста, дождутся лучших времен. Совсем скоро на первый план выйдет задача рефинансирования гигантской задолженности российского бизнеса перед банками, в связи с чем, уже сегодня требуется создание максимально выгодных условий для развития рынка внутреннего корпоративного долга с привлечением широкого круга инвесторов. Возможности рефинансирования под залог корпоративных долговых обязательств добавляют необходимой ликвидности финансовому рынку и позволят смягчить текущие проблемы плохих долгов перед российскими банками.

Несправедливо будет говорить только о негативных сторонах политики умеренно жестких процентных ставок и отсутствии перспектив для роста экономики. Банк России имеет в своем арсенале специализированные механизмы рефинансирования, по которым банки могут получать фондирование со стороны регулятора по более низким процентным ставкам, чем ключевая ставка Банка России. Это относится к несырьевому экспорту по кредитам сроком до 3-х лет, крупным инвестиционным проектам, обеспеченным гарантиями РФ или облигациям, выпущенным для финансирования инвестиционных проектов и включенным в ломбардный список Банка России. По изложенным выше вариантам ставка рефинансирования ЦБ РФ составляет 9%. Также существует механизм рефинансирования по ставке 6,5% по кредитам малому и среднему бизнесу по программе МСП-банка. На наш взгляд, начинание позитивное, однако объемы программ на фоне задач, требуемых первоочередных решений в российской экономике, не впечатляют. Из суммарного лимита рефинансирования в 200 млрд. руб по данным программам на начало 2016 года выбрано только 68% [3, с. 66].

Есть все основания полагать, что в России наблюдается дефицит качественных инвестиционных проектов, а большинство принимаемых программ имеют скорее имиджевый характер, чем вменяемую доходность. В прошедшем 2015 году финансовый результат предприятий реального сектора улучшился за счет оптимизационных программ, экономии на издержках, разме-

щении депозитов по повышенным ставкам в банках и т.п. Рост экономики отложен до времен восстановления сырьевой конъюнктуры, а процентные ставки перестали снижаться. Это говорит о приоритете интересов доходности банковского сектора над задачами расширения кредитной активности и поддержке экономического роста.

Таким образом, чтобы денежно-кредитная политика поддержала рост экономики в текущих неблагоприятных условиях, необходимо решиться на формирование тренда ключевой процентной ставки, ориентированного на показатели средней рентабельности активов заемщиков. Если продолжать ориентировать участников рынка в отношении тренда процентной политики на показатель инфляции, то интересы узкой группы рантье, экспортеров сырья и глобальных спекулянтов будут обеспечены в полном объеме, но при этом прочие виды экономической деятельности будут продолжать зависеть от бюджетных вливаний, субсидий и т.п. Кредиты в банках будут браться не для развития, а выживания без перспектив улучшения финансового состояния. Уже сегодня в таких видах деятельности, как обрабатывающие производства, строительство, торговля заемные средства используются, в основном, на пополнение оборотных средств, а не для реализации новых инвестиционных проектов. Для этих предприятий кредит становится фактором, в перспективе ухудшающим их общее финансовое состояние [2, с. 315].

Если регулятор не будет обращать внимания на перспективы финансового состояния банковских заемщиков при принятии решений о тренде ключевой процентной ставки, то краткосрочные желания повысить доходность банковского сектора, искусственно завышая процентные ставки, создадут масштабный делеверидж в системе и новый виток экономического спада.

Литература

1. Викулин А. Ю. *Определение себестоимости и установление тарифов на банковские услуги* // *Банковские технологии*. – 2010. – № 4. – С. 56 – 57.
2. Усоскин В. М. *Современный коммерческий банк: управление и операции*. — М.: ИПЦ «Вазар-Ферро», 2014. — С. 66.
3. Шлайн Б., Борисенко Е. *Банковские технологии 2010: время альтернатив*// «Банковские технологии» - 2010. - № 6. - 26-27 с.

Современные способы кредитования физических лиц

Шакирова Э.Р., студент

*Научный руководитель: Лаптева Е.В., к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Цель работы заключается в выявление и изучение основных теоретических аспектов кредитования физических лиц. Также в ста-

тье, в основном, рассмотрено кредитование физических лиц на современном этапе.

Ключевые слова: потребительский кредит, кредитование, физическое лицо, кредит, банк.

Abstract. the purpose of my work is to identify and study the basic theoretical aspects of lending to individuals. Also in the article, basically, I considered lending to individuals to modern stage.

Keywords: consumer credit, loans, individual, credit, bank.

Потребительские кредиты - это концепция, сочетающая в себе различные виды кредитов физическим лицам на потребительские нужды. Кредиты по потребительским займам могут быть банки, торговые организации, организации небанковского вида (ломбарды, кредитные кооперативы). Ведущие позиции в потребительском кредитовании, занимают коммерческие банки.

Потребительский кредит существует в двух формах: товарной и денежной. Товарную форму имеет кредит предоставляемый населению торгующими организациями для покупки товаров длительного пользования с рассрочкой платежа; кредит, предоставленный строительными компаниями на покупку квартиры с рассрочкой платежа. Следует отметить, что организации, которые предоставляют кредиты физическим лицам в виде отсрочки платежа и рассрочки платежа, как правило, используют кредит под дебиторскую задолженность по операциям с рассрочкой и отсрочкой платежа. Таким образом, банковский кредит используется косвенно в подобных сделках.[1]

Порядок предоставления кредитов физическим лицам на приобретение недвижимости, транспортных средств, гаражей, дорогостоящих предметов домашнего обихода для домашнего использования, обучения, платных медицинских услуг и других целей Банк определяет самостоятельно с учетом цели и виды кредитов, а также субъекты, к которым они будут выдаваться. Рассмотрим наиболее распространенные виды потребительского кредита, а также присущие им характеристики.

Потребительский кредит на неотложные нужды - это наиболее универсальная форма потребительского кредита, которая предоставляется банками физическим лицам.

Таким образом, потребительский кредит на неотложные нужды является многоцелевым, что освобождает заемщика от необходимости документально подтверждать, каким именно образом были израсходованы предоставленные банком средства. Такой кредит может быть предоставлен практически любому дееспособному гражданину, но в пределах установленного банком размера, рассчитываемого на основе оценки платежеспособности заемщика.

Потребительский единовременный кредит - это универсальный вид потребительского кредита. В качестве кредита на неотложные нужды, этот вид

кредита может быть предоставлен практически любому дееспособному гражданину, но в пределах, установленных размеров банка, рассчитанные на основе кредитоспособности заемщика. [3]

Этот метод кредитования является наиболее удобным для единовременных покупок за относительно небольшую цену, потому чтобы погасить этот вид кредита дается не более чем полтора-два года.

Потребительский кредит на недвижимость - это распространенный потребительский кредит на покупку недвижимости. Основное различие между кредитом ипотекой является то, что он не требует перевода заемщика в залог квартиру или дом. Конечно, это не исключает необходимость для заемщика выполнять свои обязательства по погашению кредита, например, в виде гарантий со стороны третьих лиц, или "под" уже имеющуюся у заемщика собственность. Кредит на недвижимость - это хорошая альтернатива для потенциальных заемщиков, которые не хотят по какой-либо причине заключения с банком соглашения ипотечного кредитования. Кроме того, в зависимости от личных обстоятельств на покупку жилого помещения заемщик может использовать и нецелевые кредиты (в том числе кредит на неотложные нужды), но окончательное решение в пользу того или иного варианта кредита, следует руководствоваться критерием прибыльности, то есть на конкретных условиях займа. Необходимо сделать оговорку - потребительский кредит на недвижимость и предоставляется исключительно для приобретения жилья.

Кредит на имущество указывается в любой валюте, но в то же время и единовременно и в безналичной форме. Принимая во внимание, что предоставление кредита заемщику, как правило, будет взиматься разовый сбор в размере 3-5% от суммы кредита. Средства зачисляются на счет заемщика, а затем переводятся на счет организации или физического лица - продавца жилья.

Погашение кредита на имущество может быть осуществлено аннуитетными ежемесячными или ежеквартальными платежами или по отдельной схеме. Например, один из вариантов может быть таким, ежемесячное погашение кредита остается неизменным в течение всего периода, в то время как размер выплат, по погашению процентов по кредиту рассчитывается на невыплаченный остаток кредита и постепенно уменьшаться.[2]

Потребительский кредит на платные услуги - целевой потребительский кредит, который доступен для заемщиков, которые хотят использовать платные услуги. Услуги могут быть разные: туризм, здравоохранение и образование. Объединяет их то, что заемщик получает их сразу, а платит за них постепенно. Этот вид кредита называется - кредит на платные услуги с отсрочкой платежа, а диапазон таких услуг расширяется все больше и больше с каждым годом. Кредитный договор на получение кредита на платные услуги большинства граждан подписывается при посредничестве организации, реализующей те или иные потребительские услуги, которая, в свою очередь, до этого заключила соответствующий договор с банком.

В некоторых случаях кредитный договор может быть заключен не только с заемщиками, но и с созаемщиками. Например, если кредит берется на образование несовершеннолетнего ребенка, родители выступают в качестве созаемщиков и заключают договор о кредитовании платных образовательных услуг.

Поскольку кредит является целевым, заемщик обязан по первому требованию банка подтвердить, что кредитные средства были использованы им в соответствии с целевым назначением кредита. Это является необходимым условием для получения целевого займа.

Срок этого кредита обычно не превышает 10 лет, а максимальная сумма кредита определяется с учетом платежеспособности потенциального заемщика, но, как правило, не может превышать 90% от общей стоимости кредитуемой услуги. Таким образом, потенциальный заемщик должен в любом случае быть готов заплатить вступительный взнос за услугу в размере 10% от общей стоимости и, кроме того, документально подтвержденным фактам оплаты в банк. Притом, что невыполнение этого условия делает невозможным выдачу кредита.[4]

Граждане, ранее обращавшиеся в конкретный банк за потребительским кредитом и добросовестно выполнявшие все свои обязательства по его погашению, могут подать заявление на получение повторного кредита в том же банке. Тот факт, что многие банки имеют специальные программы потребительского кредитования честных заемщиков, которым после соблюдения минимальных формальностей, предоставляется доверительный кредит. Выгоды от участия в этой программе ясна для обеих сторон: банк минимизирует риск невозврата средств, так как заемщик уже имеет хорошую кредитную историю и уже получил доверие банка. Так в свою очередь, заемщик может заключить договор на получение кредитных средств на самых выгодных условиях. Во-первых, потребительский кредит предоставляется заемщику с более низкой ставкой по сравнению с другими видами кредитов в банке. Во-вторых, с заемщика не берется единовременная фиксированная сумма. Кроме того, очевидное преимущество этого вида кредита является то, что решение о его предоставлении в таких случаях принимается банком гораздо быстрее, чем обычно (от одного до двух рабочих дней вместо стандартного одной или двух рабочих недель).

Ломбардные кредиты - потребительские кредиты под залог недвижимости. Его главной особенностью является то, что решение о его выдаче принимается банком без учета платежеспособности потенциального заемщика, так как платежеспособность заемщика фактически подтверждают его документы, свидетельствующие о принадлежности ему передаваемых в залог материальных ценностей. Это могут быть (рынки ценных бумаг, облигации), драгоценные металлы в слитках, ювелирные изделия. Процентная ставка по данному виду кредита, как правило, ниже, чем при использовании других видов потребительских кредитов. Кроме того, одним из преимуществ этого ви-

да кредита является то, что срок для принятия решения о его выдачи, как правило, меньше, чем обычно, и занимает всего несколько дней.

Потребительский кредит под залог материальных ценностей, носит универсальный характер, но, как правило, кредитные средства, выдаются в распоряжении заемщика на срок, не превышающий 12 месяцев. Выдача кредита производится по безналичному расчету в любой валюте путем зачисления на текущий счет заемщика или кредитную карту.

Максимальная сумма кредита определяется стоимостью заложенных материальных ценностей и на практике не превышает 70-90% от их оценочной стоимости.

Погашение кредита под залог материальных активов производится заемщиком единовременной суммой в конце срока кредита.

Пенсионный кредит - многоцелевой потребительский кредит, который доступен только для граждан, достигших пенсионного возраста. Условием является то, что заемщик продолжал работать. Этот вид кредита предоставляется в течение относительно короткого периода времени (обычно три года). Предоставляется пенсионный кредит единовременно или в рассрочку, наличными или безналичной форме. Когда кредит предоставляется заемщику, с него, как правило, взимается фиксированная единовременная плата. Процентная ставка по данному виду кредита обычно не превышает 20%.

Погашение кредита осуществляется по частям, в то же время, вместе с погашением следующей части так же выплачиваются и проценты по кредиту. Стоит обратить внимание на то, что в некоторых случаях банки могут ограничивать предельную дату погашения кредита заемщиком в определенном возрасте (например, 70 лет).

Многие банки предлагают такую услугу, как кредитование физических лиц, а именно кредиты на потребительские нужды. Это нецелевой кредит и заняв деньги у банка, вы не должны сообщать о том, на что их потратили. Срок такого кредитования, как правило, ограничивается до пяти лет, а максимальная сумма кредита в разных банках может быть различной: от 50 тысяч рублей и до 3 миллионов (при наличии поручителя). Конечно, вам нужен стандартный набор документов, таких как паспорт, отчет о доходах, копию трудовой книжки. После заполнения заявки, банк рассмотрит Вашу заявку в зависимости от размера вашего дохода, чтобы рассчитать сумму кредита, и в течение недели вы можете получить деньги наличными или на банковский счет. Некоторые банки даже предлагают возможность заполнить заявку на получение кредита в Интернете.

Овердрафт-способ краткосрочного кредитования (его сроки обычно не превышают одного месяца), предусмотренный договором банковского счета, при котором платежные документы, предоставляемые к оплате с расчетного (текущего) счета, оплачиваются банком поверх остатка на этом счете в случае недостаточности средств на нем, в результате чего образуется дебетовое сальдо.[5]

На практике овердрафт в рамках договора банковского счета. Таким образом, договор с кредитным условием имеет правовой характер и его следует отнести к смешанным договорам, которые содержат в себе элементы банковского счета и кредитного договора. В связи с этим соглашением, овердрафт должен содержать все существенные условия кредита, а именно лимит овердрафта, срок погашения, процентную ставку за его использование.

Кредитные карты банка. Рост числа заемщиков требует от банков увеличить кредитные банкоматы приема наличных и обмена валюты. Использование банкоматов и интернет-банкинга для платежей может значительно снизить эксплуатационные расходы кредитных организаций, клиент имеет возможность использовать систему удаленного доступа в любое время из любого места.

Согласно исследованиям IPSOS, более половины держателей кредитных карт получают их после погашения потребительского кредита и весьма смутно представляют об их использовании в полном объеме.

Следует иметь в виду, что банки часто могут включать в правила кредитного договора потребителей нормы, которые предусматривают возможность отправки клиенту банка кредитную карту, когда банк в договоре указывает на то, что он имеет право предлагать клиенту другой банковский продукт. Клиенты подписывают кредитный договор с банком, где есть такое положение, что они на самом деле согласны на эту рассылку.

Для того чтобы понять ситуацию осуществления кредитования непосредственно в точках продаж и выявить какой банк является наиболее востребованным в данном виде кредитования воспользуемся Таблицей №1.

Таблица 2 - Топ-15 по объему портфеля POS-кредитов

Место по объему портфеля на 01.07.2014	Название банка	Общий портфель по беззалоговым кредитам физических лиц, млн. рублей		Темп прироста 01.07.2014/01.07.2013, %
		Общий портфель на 01.07.2014	Общий портфель на 01.07.2013	
1	Сбербанк России	17997352	1577540	24
2	ВТБ-25	584365	443845	46
3	ХКФ-банк	393620	297078	-7
4	Альфа-Банк	206226	166631	46
5	«Восточный»	176924	173262	6
6	Банковская группа «Открытие»	119692	95000	46
7	Банк Москвы	119984	97401	39
8	Траст	96757	85547	27
9	Росбанк	96630	85086	23
10	Московский кредитный банк	70500	42339	111

11	ГПБ	67286	55190	35
12	УБРиР	57620	41954	52
13	Уралсиб	54645	47416	26
14	СКБ-банк	62592	61647	-5
15	Азиатский Тихо-океанский	46958	39874	26

Интернет-кредиты - самый популярный способ для банковских операций с клиентами является клиент-банкинг, что позволяет Вам управлять своими банковскими счетами и картами через Интернет в режиме online. Работа с этой системой не привязывает клиента к постоянному и конкретному, достаточно иметь доступ в сеть.

Через Интернет, можно также подать заявление на получение кредита, определить срок и сумму платежа. Следует отметить увеличение кредитного лимита через Интернет и кредиты в интернет-магазинах по одной из банковских программ. Потребитель выбирает продукт, заполняет заявку на получение кредита и посылает по электронной почте на указанный адрес. Вскоре с потребителем связывается оператор и сообщает о предварительном решении, о выдаче кредита, его размере, а также об организации доставки груза.

В заключение следует отметить, что в настоящее время потребительское кредитование активно развивается в нашей стране, что оказывает положительное влияние на экономику и в банковском секторе российской экономики в целом.

Литература

1. Бадалова Л.А. Управление риском потребительского кредитования в кредитных организациях // Банковские услуги. 2010. № 6. С. 40-42.
2. Белоглазова Г.Н, Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка, 2012.-422 с.
3. Быстров С.А., Полищук А.И. Точная модель потребительского кредита// Финансы и кредит.-2009-№5.-С.22-32.
4. Белоглазовой Г. Н. и Л.П. Кроливецкой, Банковское дело: розничный бизнес: учебное пособие.-М.:КНОРУС,2010.-416 с.
5. Даниленко С.А. Банковское потребительское кредитование, 2011.-384 с.

Анализ финансовой устойчивости предприятия (на примере ПАО «Оренбургский хлебокомбинат»)

Набизаде М.К., студент

Научный руководитель: **Лантева Е.В., к.э.н., доцент**
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Данная статья посвящена анализу финансовой устойчивости предприятия. В качестве объекта исследования был выбран ПАО «Оренбургский хлебокомбинат». В статье сформулированы основные теоретические аспекты финансовой устойчивости предприятия. Выявлены основные проблемы низкого финансового состояния предприятия, а также предложены пути улучшения платежеспособности предприятий с неустойчивым финансовым состоянием.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, трехмерная модель, финансовая независимость, платёжеспособность, предприятие.

Abstract. The article is devoted to the analysis of financial stability. As object of research was selected, PJSC "Orenburg bread-baking complex". In the article the basic theoretical aspects of financial stability. The basic problem of low financial condition of the company and suggested ways to improve the solvency of the enterprises with an unstable financial condition.

Keywords: financial stability, a three-dimensional model, financial independence, solvency, enterprise.

В экономике сегодняшнего дня управление финансовой устойчивостью организации и методы ее оценки являются наиболее важными элементами успешной организации бизнеса и повышения эффективности его функционирования.

Недостаточная финансовая устойчивость организации может привести к неплатежеспособности предприятия и отсутствию у него средств для развития производства, возможности расплатиться по долгам, а избыточная - препятствовать развитию, отягощая затраты предприятия излишними запасами и резервами. Таким образом, вышеизложенное подтверждает актуальность выбранной темы исследования.

Целью данной работы является анализ финансовой устойчивости предприятия, выявление проблем низкого финансового состояния и путей улучшения платежеспособности предприятий.

Объектом исследования выступила финансово-экономическая деятельность ПАО «Оренбургский хлебокомбинат».

Финансовая устойчивость организации (предприятия) — это такое состояние ее финансовых ресурсов, их распределение и использование, которое обеспечивает бесперебойную деятельность организации, способствует ее развитию на основе роста прибыли и капитала в свете долгосрочной перспективы, гарантирует постоянную платежеспособность в границах допустимого уровня предпринимательского риска [1, с. 357].

Как следует из определения, финансовая устойчивость означает такое финансовое состояние предприятия, которое обеспечивает не только стабильное превышение его доходов над расходами, но и рост прибыли при сохранении эффективного и бесперебойного функционирования хозяйствующего субъекта.

Задачи анализа финансовой устойчивости:

- 1) Оценка платежеспособности и финансовой устойчивости компании, обнаружение нарушений и причин их возникновения.
- 2) Разработка рекомендаций и путей улучшения финансовой устойчивости и платежеспособности.
- 3) Эффективное использование ресурсов и стабилизация финансовой устойчивости.
- 4) Составление прогноза вероятных финансовых результатов, и возможной финансовой устойчивости в зависимости от разных способов использования ресурсов.

Существуют четыре основных типа финансовой устойчивости:

- 1) Абсолютная финансовая устойчивость;
- 2) Нормальная финансовая устойчивость;
- 3) Неустойчивое финансовое положение;
- 4) Кризисное финансовое положение [2, с.345]

Абсолютная финансовая устойчивость возникает, когда предприятие полностью покрывает потребность в товарно–производственных ценностях за счет собственных ресурсов. В этом случае предприятие покрывает свои затраты своими собственными средствами и не зависит от кредиторов. Стоит отметить что, такой вид финансовой устойчивости встречается крайне редко, и в основном у маленьких за объемом производства и оборота фирм.

Нормальная (достаточная) финансовая устойчивость возникает, когда фирма финансирует свои затраты за счет долгосрочных займов и собственных средств. При таком типе финансовой устойчивости достигается максимальная эффективность производственной деятельности.

Неустойчивое финансовое положение возникает, когда предприятие не может покрыть свои затраты собственным средствами и долгосрочными кредитами, и вынуждена прибегнуть к краткосрочным займам для ведения производственной деятельности. Стоит отметить что, такое финансовое положение довольно часто возникает на фирмах и далеко не всегда приводит к краху фирмы. На этом этапе грамотное управление финансами, мобилизация активов и резервов должно быть в приоритете у руководства.

Кризисное финансовое положение возникает, когда фирма исчерпала все возможные источники финансирования и неспособна выплатить за своими обязательствами. В данном случае предприятие ожидает банкротство или санация.

Рассмотрим финансовое состояние ПАО «Оренбургский хлебокомбинат» за 2013-2015 гг.

ПАО «Оренбургский хлебокомбинат» является одним из крупнейших предприятий перерабатывающей промышленности Оренбургской области, способное по своим производственным мощностям выпускать в сутки до 100 тонн хлебобулочной и кондитерской продукции. Основной вид деятельности - производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения [3].

Основные показатели деятельности ПАО «Оренбургский хлебокомбинат» представлены в таблице 1.

Данные таблицы 1 позволяют проследить следующие тенденции в развитии ПАО «Оренбургский хлебокомбинат». Так, по итогам 2015 г. предприятием получена выручка от реализации продукции в объеме 307060 тыс. руб., что стало выше показателя 2013 г. года на 68106 тыс. руб., или на 28,5%.

В 2015 г. по сравнению с 2013 г. произошло снижение показателей рентабельности продаж и реализованной продукции на 0,002 и 0,02 п.п. соответственно.

Таблица 1 –Показатели деятельности ПАО «Оренбургский хлебокомбинат»

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Изменение 2015 г. к 2013 г.	
				(+, -)	%
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	238954	259633	307060	68106	128,5
Себестоимость проданной продукции, тыс. руб.	201711	224024	264617	62906	131,2
Валовая прибыль, тыс. руб.	37243	35609	42443	5200	114,0
Коммерческие и управленческие расходы, тыс. руб.	33279	31741	36679	3400	110,2
Прибыль от продаж, тыс. руб.	3964	3868	5764	1800	145,4
Прочие доходы, тыс. руб.	44516	41384	50754	6238	114,0
Прочие расходы, тыс. руб.	42332	38759	47658	5326	112,6
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	4810	3374	5292	482	110,0
Чистая прибыль, тыс. руб.	3710	2597	4118	408	111,0
Фондоотдача	9,0	11,7	71,5	62,5	-
Рентабельность продаж, %	0,02	0,01	0,013	-0,002	-
Рентабельность издержек, %	0,18	0,16	0,16	-0,02	-

С учетом результатов операционной и внереализационной деятельности ПАО «Оренбургский хлебокомбинат» в 2015 г. сформировало прибыль отчетного периода в размере 5764 тыс. руб., что стало больше показателя 2013 г. на 1800 тыс. руб., или на 45,4%.

Размер чистой прибыли в 2015 г., оставшейся в распоряжении предприятия, составил 4118 тыс. руб. против 3710 тыс. руб. в 2013 г.

Проведем анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости ПАО «Оренбургский хлебокомбинат» для определения типа финансовой устойчивости предприятия (табл. 2).

Анализируя данные таблицы 2 можно сделать вывод о том, что недостаток собственных оборотных средств в 2013 г. составил 22524 тыс. руб., а к 2015 г. увеличился до 24273 тыс. руб.; недостаток собственных и долго-

срочных заемных источников также имел положительную тенденцию (в 2013 г.- 7579 тыс. руб., 2015 г.-7777 тыс. руб.). Излишек общей величины источников для формирования запасов и затрат в 2013 г. составил 20025 тыс. руб., к 2015 г. увеличился до 26633 тыс. руб. То есть во всех исследуемых периодах финансовое положение ПАО «Оренбургский хлебокомбинат» характеризовалась как неустойчивое состояние, что означает нарушение нормальной платежеспособности. В данном случае у ПАО «Оренбургский хлебокомбинат» возникает необходимость привлечения дополнительных источников финансирования.

Таблица 2 –Абсолютные показатели финансовой устойчивости ПАО «Оренбургский хлебокомбинат», тыс. руб.

Показатели	На конец периода		
	2013 г.	2014 г.	2015 г.
1. Общая величина запасов и затрат (ЗЗ)	37792	35456	37417
2. Наличие собственных оборотных средств (СОС)	15268	9051	13144
3. Функционирующий капитал (КФ)	30213	29459	29640
4. Общая величина источников (ВИ)	57817	66595	64050
5. Излишек (+), недостаток (-) собственных оборотных средств	-22524	-26405	-24273
6. Излишек (+), недостаток (-) собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат	-7579	-5997	-7777
7. Излишек (+), недостаток (-) общей величины источников для формирования запасов и затрат	20025	31139	26633
8. Трехкомпонентный показатель типа финансовой ситуации S	(0;0;1)	(0;0;1)	(0;0;1)

Основные пути улучшения платежеспособности на предприятиях, имеющих неустойчивое финансовое состояние, следующие:

- увеличение собственного капитала;
- снижение внеоборотных активов (за счет продажи или сдачи в аренду неиспользуемых основных средств);
- сокращение величины запасов до оптимального уровня.
- оценка и анализ финансовой устойчивости по относительным показателям.

Относительные показатели финансовой устойчивости характеризуют степень зависимости предприятия от внешних инвесторов и кредиторов. Владельцы предприятия заинтересованы в оптимизации собственного капитала и в минимизации заемных средств в общем объеме финансовых источников. Кредиторы оценивают финансовую устойчивость заемщика по величине собственного капитала и вероятности предотвращения банкротства.

Финансовая устойчивость предприятия характеризуется состоянием собственных и заемных средств и оценивается с помощью системы финансовых коэффициентов. Анализ осуществляется путем расчета и сравнения отчетных показателей с базисными, а также изучения динамики их изменения за определенный период. Базисными показателями могут быть:

- значения показателей за предыдущий период;
- значения показателей аналогичных предприятий;
- среднеотраслевые значения показателей, установленные государственными и отраслевыми органами управления [2, с. 257].

Получить более глубокую оценку финансовой устойчивости предприятия позволяет анализ относительных показателей финансовой устойчивости (системы коэффициентов) (табл. 3).

Таблица 3 - Коэффициенты относительной финансовой устойчивости ПАО «Оренбургский хлебокомбинат»

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Изменение 2015 г. к 2013 г. (+/-)
Коэффициент автономии	0,5	0,5	0,5	0,0
Мультипликатор собственного капитала	1,9	2,2	2,1	0,2
Коэффициент финансовой зависимости	0,9	1,2	1,1	0,2
Коэффициент иммобилизации имущества	0,4	0,4	0,4	0,0
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,2	0,1	0,2	-0,1
Коэффициент маневренности	0,3	0,2	0,2	-0,1
Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных активов	1,7	1,6	1,7	0,0
Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности	0,8	0,9	1,0	0,2

На основе данных таблицы 3 можно сделать вывод о том, что во всех трех отчетных периодах коэффициент автономии входил в рамки допустимых значений ($>0,5$) и это означает, что в 2013-2015 гг. за счет собственных средств было сформировано 50% имущество предприятия.

Мультипликатор собственного капитала имела положительную динамику, которая означает увеличение доли заемных средств в общем объеме источников финансирования, также данный показатель вошел в норму.

Коэффициент финансовой зависимости показал, что в 2013 г. на 1 руб. вложенных в активы собственных средств предприятие привлекло 0,9 руб. заемных средств. К 2015 г. величина привлеченных заемных средств на 1 руб. собственных средств увеличилась до 1,1 руб. Диапазон коэффициента финансовой зависимости составляет $\leq 0,7$, но за 3 года этот коэффициент превышал данную норму.

Коэффициент маневренности в 2015 г. сократился на 10% по сравнению с 2013 г. Этот коэффициент показывает, что у ПАО «Оренбургский хлебокомбинат» в 2013 г. доля собственных средств, находящихся в мобильной форме составляет 30%, в 2014-2015 гг. - 20%.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами в 2014 г. находится в критической точке ($=0,1$) и это означает, что в 2014 г. доля собственных оборотных средств во всех оборотных активах предприятия составила 10%, в 2013 г. и 2015 гг. - 20%.

На основе значений коэффициента соотношения мобильных и иммобилизованных активов можно сделать вывод о том, что в структуре активов доминируют оборотные активы. Иными словами в 2013-2015 гг. на 1 руб. оборотных активов приходится 1,7 руб. внеоборотных активов.

Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности в организации в 2013-2014 гг. не превышает 1,0, т.е. дебиторская задолженность не покрывает кредиторскую. Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности показывает, что на 1 руб. кредиторской задолженности приходится 0,8 руб. дебиторской задолженности в 2013 г. К 2015 г. значение данного коэффициента увеличилось до 1,0.

Таким образом, анализ финансовой устойчивости ПАО «Оренбургский хлебокомбинат» показал, что собственные оборотные средства предприятия недостаточны для самостоятельного производства продукции, поэтому оно прибегает к заемным средствам, которые значительно больше, чем собственные.

Исходя из таблицы 3 можно сказать, что большинство показателей финансовой устойчивости не превышают своих минимальных значений, а это означает, что предприятию нужны дополнительные резервы с помощью которых оно увеличит собственный капитал и уменьшит заемный. Главным условием обеспечения финансовой устойчивости послужит увеличение объема продаж, который в дальнейшем поможет покрыть текущие затраты, сформировав необходимую величину прибыли.

В общем виде ПАО «Оренбургский хлебокомбинат» имеет неустойчивое финансовое состояние, однако ничего угрожающего для функционирования предприятия нет, поскольку сохраняется возможность восстановления равновесия за счет пополнения реального собственного капитала.

Литература

1. Мазурина Т.Ю. *Финансы организаций (предприятий): Учебник. -2-е изд., испр. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2013. — 462 с. + Доп.материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>].-(Высшее образование: Бакалавриат);*

2. Савицкая Г.В. *Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. — 6-е изд., испр. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2013. — 378 с. —(Среднее профессиональное образование).*

3. Официальный сайт ПАО «Оренбургский хлебокомбинат» - <http://orenhleb.ru/>.

Анализ финансового состояния ПАО «Совкомбанк»

Солярик С.В., студент

*Научный руководитель: Лантева Е.В., к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В данной статье рассмотрено понятие ПАО «Совкомбанк», проведен анализ финансового состояния банка. Важнейшими характеристиками финансово-экономической деятельности коммерческого банка в условиях рыночной экономики являются показатели ликвидности. Ликвидность имеет немаловажное значение не только для самого банка, но и для его клиентов.

Ключевые слова: ликвидность, капитал, коммерческий банк, прибыль, рентабельность, кредит.

Abstract. This article deals with the concept of PJSC "Sovcombank", the analysis of the financial condition of the Bank. The most important characteristics of financial-economic activities of a commercial Bank in a market economy is the indicators of liquidity. Liquidity is of great importance not only for the Bank itself, but also for its customers.

Keywords: liquidity, capital, commercial Bank, profit, profitability, credit.

ПАО «Совкомбанк» - крупный региональный финансовый институт с широкой сетью подразделений по России. Основные направления деятельности - обслуживание частных клиентов, кредитование физических лиц и операции с ценными бумагами. Основными источниками фондирования выступают привлеченные от Банка России кредиты и вклады физических лиц [4].

Банк находится на 20 месте в рейтинге самых надежных из 100 крупнейших российских коммерческих банков и согласно рейтингу журнала «Профиль» входит в 50 крупнейших российских финансово-кредитных организаций по капиталу. По данным рейтинга Forbes ПАО «Совкомбанк» по итогам работы в 2015 году занимает 59-е место по размеру активов. По версии портала Банкир.ру банк занимает 38 место в рейтинге российских банков по депозитам физических лиц по состоянию на март 2016 года [6].

Все это подтверждает удовлетворительные финансовые показатели кредитной организации, а также будет способствовать дальнейшему развитию банка, расширению его присутствия в различных регионах страны, а также позволит выйти на рынок международного капитала.

Показатели финансово-экономической деятельности ПАО «Совкомбанк» представлены в табл.1.

По данным таблицы 1, уставный капитал за анализируемый период снизился на 0,9 раза до 1715594 тыс. руб. Что касается показателя собственных средств, то они возросли в 2 раза и достигли 33302572 тыс. руб. Эффективность использования собственных средств показывает показатель рента-

бельности капитала. Данный показатель увеличился в 2015 году на 1,27 % по сравнению с 2013 годом.

Таблица 1 - Показатели финансово-экономической деятельности ПАО «Совкомбанк» за 2013-2015 гг., тыс. руб.

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.	Абс. отклонения 2015 г. от 2013г.	Относит. отклонения 2015г. от 2013г., %
Уставный капитал	1906004	1715594	1715594	-190410	90
Собственные средства	16421354	23842074	33302572	16881218	202,8
Привлеченные средства	86129861	120330727	400788302	314658441	46,5
Чистая прибыль	5276010	5838572	11112759	5836549	210,6
Рентабельность активов, %	3,98	2,66	2,56	-1,42	-
Рентабельность капитала, %	32,13	24,5	33,4	1,27	-
Чистый процентный доход	18350653	23268889	39063453	20712800	212,9
Чистый комиссионный доход	40477	39195	213214	172737	526,8
Прибыль от операционной деятельности	19747505	104199272	9892448	-9855057	49,8
Отношение расходов к доходам, %	1,116	1,034	1,021	-0,095	-

Рентабельность активов, характеризующая способность активов банка приносить прибыль и косвенно отражающая их качество, снизилась на 1,42%. В 2013 г. на 1 рубль активов банка приходилось 3,98% прибыли, в 2015 г. только 2,56%. Вместе с тем рентабельность активов банка выше аналогичного показателя банковского сектора России (1,8%). В целом можно сделать вывод о достаточно эффективной деятельности банка.

Объем привлеченных средств вырос за период с 2013 по 2015 гг. на 46,5 % и составил 400788302 тыс. руб., что объективно свидетельствует о росте доверия к банку со стороны кредиторов и вкладчиков.

Чистая прибыль в 2015 году по сравнению с 2013 годом увеличилась в 2 раза, что составило 11112759 тыс. руб. Основное влияние на увеличение чистой прибыли банка оказал существенный рост чистого процентного дохода банка, а также рост чистого комиссионного дохода. Среди причин, которые привели к росту прибыли, следует указать увеличение объема проводимых операций расширение клиентской базы и спектра услуг, предоставляемых клиентам.

Динамика прибыли и доходов коммерческого банка ПАО «Совкомбанк» представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 - Динамика прибыли и доходов коммерческого банка ПАО «Совкомбанк»

На рисунке видно тенденцию к увеличению чистого процентного дохода, в 2015 году он составил 39063453 тыс. руб., относительное изменение данного показателя составило 212,9%. Увеличение процентных доходов обусловлено увеличением доходов от кредитования клиентов. На данном рисунке не заметны изменения комиссионного дохода, но все же прослеживается динамика к увеличению. В 2015 году комиссионный доход составил 213214 тыс. руб., по сравнению с 2013 годом увеличился на 172737 тыс. руб. Прибыль от операционной деятельности резко увеличивается в 2014 году, в дальнейшем данный показатель снижается. В 2015 году по сравнению с 2013 снизился на 9855057 тыс. руб., что составило 49,8%.

Итак, анализ показал, что в течение рассмотренного периода банк активно расширял свою деятельность. Доходы банка стабильно покрывали расходы, и год от года прибыль увеличивалась. Однако прибыльность и эффективность деятельности имеет тенденцию к снижению.

Ликвидность банка определяется сбалансированностью его активов и пассивов банка, степенью соответствия сроков размещенных активов и привлеченных пассивов. Следовательно, оценка ликвидности банка заключается в оценке ликвидности его баланса. Для оценки ликвидности баланса ПАО «Совкомбанк» сгруппируем активы по степени ликвидности. Результаты группировки активов представлены на рис. 2.

Рисунок 2 - Группировка активов банка ПАО «Совкомбанк» по степени ликвидности

Из рис.2 следует, что в структуре активов преобладают активы долгосрочной ликвидности сроком погашения свыше 1 месяца, 51% 2013 году и 33% в 2015 году. За рассматриваемый период их доля ликвидных активов увеличилась, это снижение рисков банка и увеличения доходности. Высоколиквидные активы в 2015 году снизились по сравнению с 2013 годом на 6%. Неликвидные активы занимают наименьшую долю в структуре активов.

Анализ показателей ликвидности банка ПАО «Совкомбанк» представлен в таблице 2.

Таблица 2 - Анализ показателей ликвидности банка ПАО «Совкомбанк»

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.	Изменение 2015г.к 2013г.,(+/-)
Показатель мгновенной ликвидности банка (Н2)	29,3	24,0	17,8	-11,5
Показатель текущей ликвидности банка (Н3)	86,7	70,5	81,4	-5,3
Показатель общей ликвидности банка(Н5)	4,8	7,8	10,5	5,7

Из таблицы 2 видно, что норматив мгновенной ликвидности за рассмотренный период превышает минимальное допустимое значение, установленное ЦБ-15%. Что указывает на высокую платежеспособность банка. Значение текущей ликвидности соответствует рекомендуемому (более 50%), однако находится близко к его пороговой величине.

В целом на ликвидность банка положительно повлияло снижение пассивов до востребования, т.е. можно говорить о росте стабильности ресурсов и снижении потребности банка в высоколиквидных активах. Вместе с тем возросла зависимость от крупных кредиторов.

Следует отметить, что для управления нормативами Н2 и Н3 помимо привлечения средств клиентов банк привлекал средства Банка России на беззалоговых аукционах, что свидетельствует о возникновении у банка проблем с общей ликвидностью в анализируемом периоде.

Показатель общей ликвидности на конец 2015 года ниже рекомендуемого уровня (20%), что определяется относительно малым запасом вторичной ликвидности в виде долговых ценных бумаг по сравнению с депозитами и собственными ценными бумагами. На конец 2015 г. банком может быть погашено только 10,5% реальных обязательств. Снижение коэффициента в динамике обусловлено опережающим ростом реальных активов по сравнению ликвидными и свидетельствует о снижении общей ликвидности банка, а также о его стремлении разместить максимальный объем денежных ресурсов для получения дохода.

Обобщающий результат по группе показателей характеризует состояние ликвидности банка как удовлетворительное, при этом за период 2013-2015 гг. оно улучшилось.

При оценке состояния расчетов банка неисполненной задолженности по расчетным операциям с клиентами в оборотной ведомости не зафиксировано. Кредитовых оборотов и остатков по счетам картотеки (сч. 47418), характеризующих то, что за отчетный период у организации происходили задержки платежей, связанные с недостаточностью средств на корреспондентском счете, не наблюдается. Исходя из этого, можно сделать вывод о платежеспособности банка на отчетные даты.

ПАО «Совкомбанк» является динамично развивающимся и расширяющим свою деятельность банком. Политика в части формирования ресурсов в 2013-2015 гг. была направлена на увеличение собственного капитала, привлечение средств юридических и физических лиц. В результате этого в структуре ресурсов произошло увеличение доли собственных средств. Вложения банка в период 2013-2015 гг. характеризовались ростом объемов выданных кредитов, главным образом юридическим лицам, и средств на корреспондентских счетах. В структуре активов преобладают активы долгосрочной ликвидности, отмечается их увеличение при снижении доли ликвидных активов. В структуре обязательств преобладают «среднесрочные пассивы».

Банк имеет высокий уровень мгновенной и текущей ликвидности, и значение текущей ликвидности близко к пороговому. Банк сохраняет в группе ликвидных активов минимальный объем ресурсов, предпочитая распределять их в прочие активы для получения дохода. Для поддержания краткосрочной ликвидности банк привлекает средства Банка России и межбанковские кредиты. В целом состояние ликвидности банка за анализируемый период улучшилось и может быть охарактеризовано как удовлетворительное, но процедуры по управлению ликвидностью являются недостаточными.

В ходе данной работы дана характеристика ПАО «Совкомбанк». Исследование показало, что ПАО «Совкомбанк» является динамично развивающимся банком, предоставляющим широкий спектр услуг. Он занимает

устойчивое и стабильное положение на банковском рынке, активно расширяет присутствие в различных регионах стран.

Литература

1. *Банковское дело: Учебник. – 3-е изд., перераб. и доп./ Под ред. О.И. Лаврушина. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 672 с.*
2. *Вишинская Г.Н., Ахметова Д.М. Ликвидность и платежеспособность банка // Аудит и финансовый анализ. – 2013. - №4. –С.139-169.*
3. *Инструкция Банка России от 03.12.2012 N 139-И (ред. от 20.10.2016) "Об обязательных нормативах банков"*
4. *Электронный ресурс: <https://sovcombank.ru/> (Дата обращения 12.12.2016 г.)*
5. *Электронный ресурс: <http://www.cbr.ru/> (Дата обращения 12.12.2016 г.)*
6. *Электронный ресурс: www.bankir.ru. (Дата обращения 12.12.2016 г.)*

Структура и динамика расходов Фонда социального страхования РФ

*Бардашова Е. В., студент
Научный руководитель: Л.В. Портнова, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье представлен анализ расходов Фонда социального страхования РФ за 2011-2015 гг. На основе данных Федеральных законов об исполнении бюджета Фонда была изучена динамика расходования средств, а также произведено сравнение с запланированными данными. Расходы Фонда на протяжении 2011-2015 гг. постоянно продолжали расти и, согласно запланированному в Федеральном законе бюджету, эта тенденция сохранится и на протяжении 2016 и последующие года.

Ключевые слова: Фонд социального страхования, социальное страхование, динамика расходования, пособие, трансферты.

Abstract. The article presents an analysis of expenditures the Social Insurance Fund of the Russian Federation for 2011-2015. There is study of dynamics of expenditure of Fund, which is based on the Federal laws on the execution of the Fund's budget, also there is a comparison with the planned data. Fund expenditures have been constantly growing during the period of 2011-2015 years, and according to the planned budget in the Federal law this trend will continue throughout 2016 and subsequent years.

Key words: Social Security Fund, social insurance, expenditure dynamics, benefits, transfers.

Фонд социального страхования Российской Федерации представляет собой централизованный внебюджетный фонд денежных ресурсов общегосударственного назначения, предназначенный для выплаты пособий, финансирования санитарно-курортного обслуживания трудящихся, материального обеспечения деятельности профсоюзов и распределяемый как в территориальном, так и в отраслевом разрезе. Он реализует обязательное страхование социальных рисков [8, с. 152]

Формирование доходов напрямую связано со статьями расходов, поэтому необходимо уделить внимание расходам Фонда социального страхования РФ [6, с. 94].

В целях изучения структуры расходов Фонда социального страхования выполнены расчеты и проведен анализ интенсивности изменения расходов Фонда за 2011-2015 гг. на основе Федеральных законов об исполнении бюджета ФСС РФ, определив абсолютный прирост и темпы роста и прироста объема расходов (табл. 1).

Таблица 1 - Динамика расходования средств ФСС РФ

Годы	Всего денежных расходов, млн. руб.	Абсолютный прирост, млн. руб.		Темп роста, %		Темп прироста, %	
		цепной	базисный	цепной	базисный	цепной	базисный
2011	497569	-	-	-	-	-	-
2012	531226	33657,0	33657,0	106,8	106,8	6,8	6,8
2013	566225	34999,0	68656,0	106,6	113,8	6,6	13,8
2014	546185	-20040,0	48616,0	96,5	109,8	-3,5	9,8
2015	612141	65956,0	114572,0	112,1	123,0	12,1	23,0

По данным таблицы 1 можно сделать вывод, что с 2011 по 2015 гг. наблюдается ежегодный рост объема расходов ФСС РФ, исключением был лишь 2014 год, когда этот показатель снизился на 20040 млн. руб. или на 3,5% по отношению к 2013 году. Наибольший рост величины расходов наблюдался в 2015 году, когда расходы выросли на 65956 млн. руб., что составило 12,1% по сравнению с предыдущим годом. Так, в течение изучаемого периода уровень расходов вырос по отношению к первоначальному значению на 23%.

В среднем за 2011-2015 гг. уровень расходов ФСС РФ ежегодно увеличивался на 28643 млн. руб. или на 5,3% [7, с. 71].

Расходы Фонда так же, как и доходы, разделяются по направлениям согласно бюджетной классификации [9, с.85].

Рассмотрим статьи расходования бюджета Фонда в соответствии с направлениями (табл. 2).

По данным таблицы 2 видно, что динамика, наблюдаемая по статьям расходов на общегосударственные и социальные вопросы, совпадает с тенденциями изменения общего объема расходов. Что же касается статьи «Образование», динамика роста в 2011-2013 гг. сменилась резким спадом в 2014-2015 гг., причиной этому послужила передача расходов на оздоровление детей на уровень субъекта РФ.

Таблица 2 – Динамика расходования средств ФСС РФ в 2011-2015 гг.

Показатели	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Всего денежных расходов, млн.рублей	497569	531226	566225	546185	612141
Общегосударственные вопросы	18313	23750	24828	24238	24328
Образование	46	48	159	87	54
Социальная политика	479210	507427	541238	521860	587758

Важным фактом является и то, что основную долю расходов Фонда социального страхования РФ составляют расходы на социальную политику государства, несмотря на уменьшение их объема в 2014 году. Следует отметить, что причиной этого спада является передача на уровень 22 субъектов РФ части межбюджетных трансфертов из федерального бюджета, предназначенных для обеспечения инвалидов техническими средствами реабилитации и протезно-ортопедическими изделиями, а также на оказание помощи в части санаторно-курортного лечения и проезда к месту лечения.

Таблица 3 – Структура расходов ФСС РФ на исполнение функций государства в сфере социальной политики

Виды расходов, млн. руб.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Оплата пособий по ВН по ОСС	31,65	28,84	30,00	33,81	33,06
Оплата пособий по ВН по НС и ПЗ	0,43	0,43	0,43	0,45	0,40
Оплата пособий по беременности и родам	15,78	17,07	15,23	18,33	18,96
Оплата пособий до 1,5 лет	29,17	29,97	31,33	23,26	23,61
Оплата пособий на рождение ребенка	4,45	4,60	4,58	3,77	3,59
Единовременные страховые выплаты	0,14	0,13	0,12	0,36	0,36
Ежемесячные страховые выплаты	8,10	8,16	8,16	8,99	8,50
Медицинская, социальная и профессиональная реабилитация пострадавших	2,39	2,75	2,76	3,22	3,11

Анализируя данные таблицы 3, можем сделать вывод, что наибольшая доля в расходах принадлежит расходам на оплату труда по временной нетрудоспособности по обязательному социальному страхованию, которые составляют более 30% от общего объема расходов на социальную политику в течение всего изучаемого периода.

Следующими по значимости являются расходы на оплату пособий по беременности и родам и по уходу за ребенком до достижения им полутора лет, но в отличие от ежегодно возрастающей доли пособий по беременности и родам, доля последних снизилась в 2014 году. Отметим, что доля пособий по временной нетрудоспособности по обязательному социальному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний и доля ежемесячных страховых взносов практически не изменялась в течение 2011-2015 гг. Таким образом, можно сделать вывод, что основные расходы Фонда социального страхования РФ связаны с поддержкой работников, которые по состоянию здоровья не могут выполнять свои функции, и женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком.

Таблица 4 – Доля межбюджетных трансфертов в расходовании средств ФСС РФ

	2011	2012	2013	2014	2015
Всего денежных расходов, млн.рублей	497569	531226	566225	546185	612141
За счет трансфертов из федерального бюджета, %	15,7	13,1	14,7	3,9	4,9
За счет трансфертов из бюджета Федерального Фонда обязательного медицинского страхования, %	3,6	3,3	3,2	3,3	2,9

Из данных таблицы 4 следует, что трансферты занимают не самое главное место в формировании средств, за счет которых ФСС РФ осуществляет расходы, причем доля этих отчислений заметно снизилась к 2015г. по сравнению с 2011г. Также, можно отметить, что средства федерального бюджета играют более важную роль для Фонда, чем отчисления Федерального Фонда обязательного медицинского страхования. Проанализируем, соответствует ли уровень исполненных расходов в рассматриваемом периоде объему средств, который планировалось потратить в ФЗ о бюджете Фонда социального страхования (рис. 1).

Данные рисунка 1 позволяет сделать вывод, что в Федеральных законах о бюджете Фонда социального страхования данные не совпадают с реальными расходами. Доказательством является то, что на протяжении 2012-2014 гг. реальные объемы расходования средств ФСС были меньше прогнозных значений, в то время, как в 2011г. и в 2015г. реальные траты Фонда превысили запланированные.

В заключение скажем, что в Федеральном законе «О бюджете Фонда социального страхования РФ на 2016 год» указан планируемый объем расходов в сумме 647978 млн. руб., причем 516893 млн. руб. планируется использовать на выплату пособий по обязательному социальному страхованию на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством, и 91467 млн. руб. – на оплату по обязательному социальному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний.

Рисунок 1 – Динамика расходов Фонда социального страхования РФ в 2011-2015 гг.

Таки образом, расходы Фонда за исследуемый период 2011-2015 гг. продолжали постоянно расти и, согласно запланированному в Федеральном законе бюджету, эта тенденция сохранится и на протяжении 2016 и последующие года. Это связано с необходимостью предоставления социальных гарантий большей части населения для осуществлений социальной политики государства, что позволит гражданам чувствовать себя более защищенными и легче преодолевать трудности в случае потери заработка по определенным причинам.

Литература

1. *Федеральный закон от 2 октября 2012 г. № 153-ФЗ «Об исполнении бюджета Фонда социального страхования Российской Федерации за 2011 г.»;*
2. *Федеральный закон от 30 сентября 2013 г. № 257-ФЗ «Об исполнении бюджета Фонда социального страхования Российской Федерации за 2012 г.»;*
3. *Федеральный закон от 14 октября 2014 г. № 297-ФЗ «Об исполнении бюджета Фонда социального страхования Российской Федерации за 2013 г.»;*
4. *Федеральный закон от 5 октября 2015 г. № 280-ФЗ «Об исполнении бюджета Фонда социального страхования Российской Федерации за 2014 г.»;*
5. *Федеральный закон от 31 октября 2016 г. № 380-ФЗ «Об исполнении бюджета Фонда социального страхования Российской Федерации за 2015 г.»;*
6. *Касачева О.В. Обеспечение сбалансированности финансовых потоков Фонда социального страхования Российской Федерации на современном этапе// Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2012. - №2. – с. 94-99;*
7. *Лаптева Е.В., Портнова Л.В. Статистика: теория статистики и экономическая статистика. – Оренбург: ООО «ИПК Университет», 2015. –176 с.;*
8. *Финансы: учебник / С.В. Барулин. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2011. – 640с.;*
9. *<http://fss.ru/> [эл.ресурс]: официальный сайт ФСС РФ (дата обращения - 08.01.2017 г.);*
10. *www.gks.ru [электронный ресурс]: сайт Федеральной службы государственной статистики РФ (дата обращения - 08.01.2017г.)*

Секция 3

Актуальные вопросы управления коммерческой деятельностью предприятий

Управление неформальными группами в современной организации

Игнатьева Н.А., студент

*Научный руководитель: Черникова О. Н., к.э.н., доцент,
Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье представлены концептуальные основы создания и функционирования неформальных групп в организации. Освещено определение неформальных групп в организации, причины их создания, их виды, основные характеристики, основы управления неформальными группами в современной организации.

Ключевые слова: формальные и неформальные группы в организации, причины создания неформальных групп, виды неформальных групп, основные характеристики неформальных групп, управление неформальными группами.

Abstract. In the article the conceptual bases of creation and functioning of informal groups in the organization are presented. The definition of informal groups in the organization, the reasons for their creation, their types, basic characteristics, the basics of managing informal groups in a modern organization are highlighted.

Keywords: formal and informal groups in the organization, the reasons for creating informal groups, the types of informal groups, the main characteristics of informal groups, the management of informal groups.

Любой человек, реально взаимодействующих с другими людьми, принадлежит одновременно ко многим группам. Это могут быть семья, друзья, учебная группа, коллектив преподавателей и многие другие. Некоторые группы, с которыми нам приходится взаимодействовать, оказываются недолговечными, и их миссия проста. Когда миссия выполнена, или когда члены группы утрачивают к ней интерес, группа распадается. Примером такой группы могут быть несколько студентов, которые собираются вместе для подготовки к предстоящему экзамену. Другие группы могут существовать в течение нескольких лет и оказывать существенное влияние на своих членов или даже на внешнее окружение.

По определению Д. Картрайта и А. Зандера, под группой подразумевается совокупность лиц, которые имеют некоторые отношения друг с другом, которые делают этих людей в определенной степени взаимозависимыми [3, с. 194].

Взаимодействие членов группы базируется на некоем общем интересе и может быть связано с достижением общей цели. При этом группа обладает определенным групповым потенциалом, позволяющим ей вступать во взаимодействие с окружением и адаптироваться к изменениям, происходящим в окружении.

Люди, входящие в группу, обладают рядом специфических характеристик:

- они часто взаимодействуют;
- они осознают себя членами группы;
- они определены другими людьми как члены группы;
- они имеют общие нормы при рассмотрении групповых интересов;
- они выделяют друг друга;
- они ощущают полезность группы;
- они преследуют общие цели;
- они имеют коллективное восприятие их единства;
- они имеют тенденцию действовать унитарным способом к окружающей среде.

Организация – это социальная категория и одновременно – средство достижения целей. Это место, где люди строят отношения и взаимодействуют. В каждой организации существуют формальные группы. Назначение формальных групп по отношению к организации в целом состоит в выполнении конкретных задач и достижении определенных целей. Формальные группы – группы, созданные по решению руководства в структуре организации для выполнения определенных задач, их деятельность способствует достижению целей организации. Они функционируют в соответствии с заранее установленными официально утвержденными положениями, инструкциями, уставами.

Наряду с формальными группами в организации возникают и действуют неформальные группы. Неформальные группы – группы, создаваемые членами организации в соответствии с их взаимными симпатиями и антипатиями, общими интересами, одинаковыми увлечениями, привычками для удовлетворения социальных потребностей и общения людей.

Неформальная группа — это спонтанно образовавшаяся группа людей, которые вступают в регулярное взаимодействие для достижения определенной цели. Важно понять, что в большой организации существует не одна неформальная группа. Для образования таких групп особенно благоприятна трудовая среда. Благодаря формальной структуре организации и её задачам, одни и те же люди обычно собираются вместе каждый день, иногда на протяжении многих лет. Более того, характер задач, которые они решают, во многих случаях заставляет их часто общаться и взаимодействовать друг с другом. Члены одной организации во многих аспектах зависят друг от друга. Естественным результатом этого интенсивного социального взаимодействия является спонтанное возникновение неформальных групп.

В каждой формальной организации существует сложное переплетение неформальных групп, которые образовались без вмешательства руководства. Эти неформальные объединения часто оказывают сильное влияние на качество деятельности и организационную эффективность. Выполнять задачи, стоящие перед коллективом, иногда бывает трудно, если следовать только специально утверждённым процедурам и положениям. В таких случаях нередко помогают личные контакты, знакомство с работниками других подразделений, общение с ними во время отдыха и другие трудно формализуемые факторы. Неформальные отношения при этом как бы дополняют формальные. Еще одним необходимым условием эффективности управления в наше время является умение работать в малых группах, командах и т.п., созданных самими руководителями, а также умение строить взаимоотношения со своими непосредственными подчиненными. Участвуя в работе группы, человек может существенно изменить свое личностное поведение. Это обуславливает важность изучения проблем формирования и функционирования групп.

Если формальная организация представляет собой скелет компании, то неформальная – ее центральную нервную систему, обеспечивающую процесс коллективного мышления, деятельность и реакции ее сотрудников. Неформальные группы также образуют неформальные структуры. Люди хорошо знают, кто входит в их неформальную группу, а кто – нет. Неформальные группы обычно имеют свои неписанные правила и нормы поведения. В них существует определенное распределение ролей и определен статус каждого входящего в группу. В неформальной группе, как правило, выделяется явно или неявно выраженный лидер.

Неформальная группа может проявляться в двух разновидностях. В первой из них неформализованные служебные отношения несут функциональное содержание и существуют параллельно с формальной организацией, дополняя ее. Примером может служить система деловых связей между работниками, сложившаяся стихийно в дополнение к существующей структуре управления. Во втором случае межличностные связи возникают в силу взаимного притяжения, симпатий, общих взглядов на жизнь, привычек, увлечений и т. п., вне связи с функциональной необходимостью. Это могут быть товарищеские отношения, клубы по интересам и т. п.

У неформальных групп много общего с формальными группами, в которые они оказываются вписанными. У них имеются неписанные правила, называемые нормами, которые служат для членов организации эталонами поведения. Эти нормы подкрепляются системой поощрений и санкций. Специфика в том, что, в отличие от формальной организации, которая создана по заранее продуманному плану, неформальная организация скорее является спонтанной реакцией на неудовлетворенные индивидуальные потребности. Структура и тип неформальной организации возникают в результате социального взаимодействия.

Процесс развития неформальных организаций и причины, по которым люди в них вступают, способствуют образованию у этих организаций

свойств, которые делают их одновременно и похожими, и непохожими на формальные организации. Ниже приводится краткое описание основных характеристик неформальных групп, которые имеют прямое отношение к управлению, так как оказывают сильное влияние на эффективность формальной организации [2, с. 111].

1. Социальный контроль. Как выявили ученые при проведении Хоторнского эксперимента, неформальные группы осуществляют социальный контроль своих участников. Первым шагом к этому является установление и укрепление норм — групповых эталонов приемлемого и неприемлемого поведения. Чтобы быть принятым группой и сохранить в ней свое положение, личность должна соблюдать эти нормы. Вполне естественно, например, что у неформальной группы имеются свои четко сформулированные правила относительно характера одежды, поведения, приемлемых видов работы и протокола. Чтобы укрепить соблюдение этих норм, группа может применять довольно жесткие санкции, а тех, кто их нарушает, может ждать отчуждение. Это — сильное и эффективное наказание, когда человек зависит от неформальной группы в удовлетворении своих социальных потребностей (а это случается довольно часто). В зависимости от этих групповых норм работник может либо содействовать мероприятиям администрации, либо проявлять пассивность; увеличивать производительность труда либо нет.

2. Сопротивление переменам. Люди могут также использовать неформальную группу для обсуждения предполагающихся или фактических перемен, которые могут произойти в их отделе или организации. В неформальных группах наблюдается тенденция к сопротивлению переменам. Частично это объясняется тем, что перемены могут нести в себе угрозу дальнейшему существованию неформальной организации. Реорганизация, внедрение новой технологии, расширение производства и, следовательно, появление большой группы новых сотрудников и т.п. может привести к распаду неформальной группы или организации, либо к сокращению возможностей взаимодействия и удовлетворения социальных нужд. Подчас такие изменения могут дать возможность конкретным группам добиться положения и власти.

Сопротивление будет возникать всякий раз, когда члены группы будут усматривать в переменах угрозу дальнейшему существованию своей группы как таковой, их общему опыту, удовлетворению социальных нужд, общим интересам или положительным эмоциям. Руководство может ослабить это сопротивление, разрешая и поощряя подчиненных участвовать в принятии решений.

3. Неформальные лидеры. Так же, как и формальные организации, неформальные имеют своих лидеров. Неформальный лидер приобретает свое положение, добиваясь власти и применяя ее по отношению к членам группы, аналогично тому, как это делает лидер формальной организации. Опора неформального лидера — признание его группой. В своих действиях он делает ставку на людей и их взаимоотношения. Сфера влияния неформального лидера может выходить за административные рамки формальной организации.

Несмотря на то, что неформальный лидер одновременно является одним из членов управленческого персонала формальной организации, очень часто он или она занимают там сравнительно невысокую ступень в организационной иерархии.

Существенные факторы, определяющие возможность стать лидером неформальной организации, включают: возраст, должностное положение, профессиональную компетентность, расположение рабочего места, свободу передвижения по рабочей зоне и отзывчивость. Так, например, в некоторых неформальных организациях пожилой возраст может считаться положительной характеристикой, а в других — наоборот.

Неформальный лидер имеет две первостепенные функции: помогать группе в достижении ее целей и поддерживать и укреплять ее существование. Иногда эти функции выполняются разными людьми. Если это так, то в неформальной группе возникают два лидера: один для выполнения целей группы, другой — для социального взаимодействия.

Люди обычно знают, почему они вступают в формальные организации. Как правило, они либо хотят осуществлять цели организации, либо им нужно вознаграждение в виде дохода или ими руководят соображения престижа, связанные с принадлежностью к этой организации. У людей также имеются причины и для вступления в группы и неформальные организации, но они часто не осознают их. Как показал Хоторнский эксперимент, принадлежность к неформальным группам может дать людям психологические выгоды, не менее важные для них, чем получаемая зарплата. Важнейшие причины вступления в группу следующие [4, с. 313].

1. Принадлежность. Самой первой причиной вступления в неформальную группу является удовлетворение потребности в чувстве принадлежности, — одной из самых сильных наших эмоциональных потребностей. Еще до Хоторнского эксперимента Элтон Мэйо обнаружил, что люди, чья работа не дает возможности устанавливать и поддерживать социальные контакты, склонны быть неудовлетворенными. Другие исследования показали, что возможность принадлежать к группе и поддержка с ее стороны тесно связаны с удовлетворенностью сотрудника. И все же, несмотря на то, что потребность в принадлежности широко признается, большинство формальных организаций сознательно лишают людей возможностей социальных контактов. Поэтому рабочие часто вынуждены обращаться к неформальным организациям, чтобы эти контакты обрести.

2. Помощь. В идеальном варианте подчиненные должны иметь возможность без всякого стеснения обращаться к своему непосредственному начальству за советом или для обсуждения своих проблем. Если этого не происходит, то начальнику следует внимательно разобраться в своих взаимоотношениях с подчиненными. В любом случае, правильно это или неправильно, многие люди считают, что их начальник в формальной организации плохо о них подумает, если они будут спрашивать его, как им выполнить определенную работу. Другие боятся критики. Более того, в каждой органи-

зации есть множество неписаных правил, которые касаются мелких процедурных вопросов и протокола, как, например: какой продолжительности должен быть перерыв на кофе, каково отношение начальника к болтовне и шуткам, как следует одеваться, чтобы заслужить всеобщее одобрение, а также, насколько все эти правила обязательны. Понятно, что работник еще подумает, стоит ли обращаться за помощью к начальству по всем этим вопросам. В этих и других ситуациях люди часто предпочитают прибегать к помощи своих коллег. Например, новый рабочий, занятый в производстве, скорее попросит другого рабочего объяснить ему, как произвести ту или иную операцию. Это приводит к тому, что новые рабочие тоже стремятся участвовать в уже сформировавшейся социальной группе, где есть опытные рабочие. В результате оказания помощи дающий ее приобретает престиж и самоуважение, а получающий — необходимое руководство к действию.

3. Защита. Люди всегда знали, что сила — в единстве. Одной из первостепенных причин, побуждавших доисторических людей объединяться в племена, была дополнительная защита от враждебных проявлений их внешнего окружения. Осознанная потребность в защите продолжает оставаться важной причиной вступления людей в те или иные группы. Хотя в наши дни очень редко можно говорить о существовании реальной физической опасности на рабочих местах, самые первые профсоюзы зародились именно в социальных группах, которые собирались в пивных и обсуждали свои претензии к начальству. И сегодня члены неформальных групп, состоящих из работников низовых уровней, защищают друг друга от причиняющих им вред правил. Или могут объединить усилия, чтобы опротестовать вредные условия работы. Неудивительно, что эта защитная функция приобретает еще большее значение, когда начальству не доверяют.

Иногда руководители также образуют неформальные группы для защиты своих коллег. Их целью обычно является защита своей зоны от вторжения других подразделений организации. Например, сотрудники отдела маркетинга могут попробовать добиться прерогатив, которые в противном случае могут оказаться у производственных и финансовых подразделений, и использовать при этом такие способы, как неформальные собрания для выработки путей противодействия «врагам».

4. Общение. Люди хотят знать, что происходит вокруг них, особенно, если это затрагивает их работу. И все же во многих формальных организациях система внутренних контактов довольно слабая, а иногда руководство намеренно скрывает от своих подчиненных определенную информацию. Поэтому одной из важных причин принадлежности к неформальной организации является доступ к неформальному каналу поступления информации — слухам. Это может удовлетворить потребности отдельной личности в психологической защите и принадлежности, а также обеспечить ей более быстрый доступ к нужной для работы информации.

5. Симпатия. Люди часто присоединяются к неформальным группам просто для того, чтобы быть ближе к тем, кому они симпатизируют. Например,

клерки или инженеры отдела часто работают в больших комнатах, где нет перегородок между столами. Эти люди имеют много общего и испытывают симпатию друг к другу частично оттого, что выполняют аналогичную работу. Так, они могут ходить вместе обедать, обсуждать свои рабочие и личные дела во время перерывов на кофе, или обращаться к начальству с просьбой о повышении зарплаты и улучшении условий работы.

6. Потребность в коллективном поиске решений. Для того чтобы взаимодействовать с неформальными группами в организации, руководитель должен знать об их преимуществах и недостатках, о которых мы поговорим далее.

Возникновение неформальных групп – явление естественное, они есть в каждой организации. Подобно многим другим факторам, действующим в области управления, неформальные группы несут в себе как отрицательные, так и положительные моменты.

Можно выделить ряд возможных проблем, связанных с деятельностью неформальной группы:

- способствует появлению нежелательных слухов;
- создает благоприятную атмосферу для формирования нежелательных установок;
- затрудняет осуществление перемен, закрепляет укоренившиеся стереотипы;
- может инициировать ролевые межличностные, межгрупповые конфликты;
- негативно воздействует на поведение и самооценку некоторых работников;
- может ослаблять мотивацию и удовлетворенность трудом.

Действительно, некоторые неформальные группы могут вести себя непродуктивно, так, что это будет мешать достижению целей формальной организации. По неформальным каналам могут распространяться ложные слухи, приводящие к возникновению отрицательного отношения к руководству. Принятые группой нормы могут привести к тому, что продуктивность организации будет ниже той, что определена руководством. Тенденция к сопротивлению всяким переменам и тенденция к сохранению укоренившихся стереотипов могут задерживать необходимую модернизацию производства. Однако такое контрпродуктивное поведение часто является реакцией на отношение начальства к этой группе. Правильно или нет, но члены группы считают, что к ним относятся несправедливо и отвечают так, как ответил бы любой человек на то, что ему кажется несправедливым.

Такие случаи отрицательной реакции иногда мешают руководителям видеть многочисленные потенциальные выгоды от неформальных групп. Поскольку для того, чтобы быть членом группы, надо работать в данной организации, преданность группе может перейти в преданность организации. Многие люди отказываются от более высокооплачиваемых должностей в других компаниях потому, что они не хотят нарушать социальные связи, ко-

которые они приобрели в данной компании. Цели группы могут совпадать с целями формальной организации, а нормы эффективности неформальной организации могут превышать нормы формальной организации. Например, сильный дух коллективизма, характерный для некоторых организаций и порождающий сильное стремление к успеху, часто произрастает из неформальных взаимоотношений, произвольных действий руководства. Даже неформальные каналы связи могут иногда помогать формальной организации, дополняя формальную систему коммуникаций.

Также можно выделить потенциальные достоинства неформальной группы:

- делает более эффективной организацию в целом;
- облегчает управленческую нагрузку на менеджмент;
- помогает заполнить пробелы в возможностях менеджера;
- улучшает коммуникации;
- служит «клапаном» для эмоций работников, способствует уменьшению стрессов.
- способствует повышению удовлетворенности трудом и стабильности рабочих групп.
- побуждает менеджеров к более тщательному, взвешенному и гибкому планированию;
- способствует сотрудничеству и кооперации.

Официальный руководитель должен иметь представление о неофициальной структуре коллектива. Чтобы влиять на работников через систему неформальных отношений, руководителю следует занимать в ней достойное место.

Сработанность коллектива определяется степенью близости формальной и неформальной структур. Руководитель должен иметь представление о своём действительном (а не только официальном) положении в коллективе. Ему необходимо также знать, имеются ли в нём неформальные группы, и какие лица являются неформальными лидерами этих групп, кто из них наиболее авторитетен для членов данной группы. В своей деятельности официальным руководителям целесообразно учитывать мнения неофициальных лидеров. И если они по каким-то принципиальным вопросам расходятся с их мнением, то убеждать в своей правоте нужно в первую очередь этих лидеров. При расстановке работников, формировании команд, распределении поручений также целесообразно учитывать сложившуюся неформальную структуру. В то же время нельзя допускать обособления неформальных групп.

Следует иметь в виду, что попытки руководителей «расформировать» ту или иную нежелательную группу путём создания различных препятствий для контактов между её членами (например, их пространственное разобщение) в ряде случаев не только не приведёт к желаемому результату, но и могут способствовать ещё большему её сплочению. Много зависит от того, когда начал действовать руководитель. На ранних стадиях формирования неформальной группы, создаваемые ей препятствия, могут оказаться достаточны-

ми, а на поздних – будут «закаливать» группу. В таких случаях административные санкции не всегда будут иметь успех. Необходима кропотливая организационная и воспитательная работа.

Управление неформальной группой заключается в реализации руководителем определённых шагов и действий, позволяющих использовать её потенциал в осуществлении целей организации. К ним относят:

- признание факта существования неформальной группы;
- выявление причины её возникновения, групповых норм и лидеров;
- ведение переговорного процесса, позволяющего выявить и понять интересы сторон, определить область взаимных интересов;
- своевременная выработка мер по предупреждению негативной реакции группы на управленческое воздействие, основанное на прогнозировании реакции группы;
- выработка и использование управленческих приёмов, корректирующих групповые нормы в направлении общих интересов;
- своевременное представление группе необходимого объёма объективной информации, исключающей возникновение слухов и домыслов, и обеспечивающей выработку совместных решений;
- кооптация лидера в формальные структуры, участвующие в выработке общеорганизационных решений, затрагивающих интересы группы;
- предоставление участникам группы возможности выработки совместных решений;
- использование механизма моральной и материальной поддержки группы;
- поощрение работы группы в направлении целей организации [7, с. 354].

Таким образом, следование данным рекомендациям позволит руководителю привести в соответствие формальную и неформальную структуры коллектива.

Литература

1. Аширов Д. А. Организационное поведение: учеб. - М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. - 360 с.
2. Дафт Р.Я. Менеджмент. – СПб.: Питер, 2000. – 832 с. (Серия «Теория и практика менеджмента»).
3. Дорофеев В. Д., Шмелева А. Н., Частухина Ю.Ю. Организационное поведение: Учеб. пособие. – Пенза: Изд-во ун-та, 2004. – 142 с.
4. Лютенс Ф. Организационное поведение / Пер. с англ. 7-ого изд. – М.: ИНФРА-М., 1999. – 692 с.
5. Организационное поведение: Учебник для вузов / Под ред. Г. Р. Латфуллина, О. Н. Громовой. : ЗАО Издательский дом «Питер»; Санкт-Петербург; 2004. – 464 с.
6. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов /Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. — 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 415 с.

Эффективные рабочие команды в организации

Черникова Е. Н., магистрант

Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия

Научный руководитель: Казаков А.А., заместитель директора

ООО «Оренбургская лизинговая компания», Россия

Аннотация. В статье представлен анализ командного подхода в организации. На основе научного обобщения представлено определение команды (рабочей группы) в организации, ее признаки, классификацию команд, признаки и факторы эффективной команды, способы образования и сплочения команды.

Ключевые слова: команда, рабочая группа, классификация команд в организации, признаки эффективности команд, факторы эффективности команд, способы образования и сплочения команды.

Abstract. The article presents an analysis of the team approach in the organization. On the basis of scientific generalization, the definition of the team (working group) in the organization, its attributes, the classification of teams, the signs and factors of an effective team, the ways of forming and rallying the team are presented.

Keywords: team, working group, classification of teams in the organization, signs of the effectiveness of teams, factors of the effectiveness of teams, ways of forming and rallying the team.

Практики многих успешных предприятий, организаций, компаний показывают, что основную роль в них играют не личности, а команды, которые служат основными строительными блоками, из которых состоит организация. К тому же, командный способ организации труда становится все более популярным в результате развития передовых информационных технологий, повышенного внимания к системе комплексного управления качеством. Обострение конкуренции на рынках ресурсов и готовой продукции подталкивает фирмы к поиску оперативного и творческого (креативного) решения проблем, что во многом достигается за счёт командной работы (например, команды по разработке продукта, по исследованию новых территориальных рынков). Кроме того, растёт самосознание работников, уровень их образования и квалификации. Их уже не устраивает роль простых «винтиков» в трудовом процессе. У них усиливается потребность в причастности к делам организации, потребность в использовании своего творческого потенциала. Наилучшие условия для этого создаются при совместной командной работе.

В последние годы командам уделяется все больше внимания в связи с переносом акцента поведения отдельных индивидов на деятельность многофункциональных управленческих команд и рабочих групп. Понятие «команда» прочно укрепилось в терминологии управления и рассматривается как важнейший групповой феномен современных фирм. Однако оно не является новым. В течение многих лет работе команд уделялось большое внимание. Так, знаменитый американский учёный Джозеф Джуран впервые применил свой «командный подход к решению проблем» в Японии в 1950-е гг., в США - в 1980-е гг.

Одни исследователи отождествляют понятия «рабочая группа» и «команда» (Карташова Л.В., Никонова Т.В. и другие), другие нет (Аширов Д.А., Джордж Дж.М., Джоунс Г.Р., Зайцев Л.Г., Соколова М.И. и другие).

Но хотя достаточно часто командой называют любую рабочую группу, тем не менее, между данными понятиями существуют определенные различия. Далеко не всякая группа становится или может стать командой. Команда - это рабочая группа, в которой обеспечено единство членов, и уровень противоречий внутри группы находится на минимальном уровне. Члены команды стремятся к достижению общей цели на основе постоянного взаимодействия и координации своих усилий, демонстрируя ответственность и энтузиазм, поддерживая друг друга.

Для того чтобы любая группа добилась поставленных перед нею целей, она должна контролировать свою деятельность, т.е. влиять на поведение своих членов и при необходимости его регулировать.

Для команды основными являются следующие признаки:

1. команда состоит из двух или более человек;
2. члены команды в соответствии с отведенной им ролью участвуют в меру своей компетентности в совместном достижении поставленных целей;
3. команда имеет свое лицо, не совпадающее с индивидуальными качествами ее членов;
4. для команды характерны сложившиеся связи как внутри нее, так и с другими командами и группами.

Таким образом, команду можно рассматривать как вид группы в организации, находящейся на более высокой ступени развития.

Многие известные ученые предлагают разную классификацию типов команд. Латфуллина Г.Р. и Громова О.Н. выделяют следующие типы команд: самоуправляемая рабочая команда, псевдокоманда, потенциальная команда, настоящая команда, высокоэффективная команда /7, с.189-190/.

Т.Ю. Базаров и П.В. Малиновский выделяют четыре основные формы внутрикомандного культурного контекста (субкультуры) управленческих групп: «комбинат», «клика», «кружок», «команда» /1, с. 40/.

Джордж Дж.М. и Джоунс Г.Р. выделяют четыре важнейших типа команд - это отдел, специальная группа, команда и самоуправляемая рабочая команда /3, с. 188/.

Также существует другая классификация команд. Одна из самых распро-

страненных основана на выделении в качестве индикатора рода деятельности, которой призвана заниматься данная команда. Выделяют следующие типы команд: команды, которые занимаются подготовкой рекомендаций; команды, которые занимаются непосредственным изготовлением чего-либо; команды, которые управляют процессом; команды можно разделить на два класса по своему типу: одни - постоянные, «рабочие» команды; другие - специфические.

Команды могут создаваться для самых разных целей. Одна из типологий, предложенная Эриком Сандстромом, выделяет четыре категории команд: совещательная, производственная, проектная, команда действий.

Фред Лютенс предлагает выделять два типа команд: кружки качества и автономные (или самоуправляемые) команды.

Процессы командообразования в организациях из-за своей сложности с трудом поддаются изучению и целенаправленному управлению, поскольку для того, чтобы выявить истинные факторы регуляции организационного поведения, необходимо проникать в глубинные слои межличностных отношений.

Работоспособный сплоченный коллектив возникает не сразу. Этому предшествует длительный процесс его становления и развития, успех которого определяется рядом обстоятельств, мало зависящих от того, складывается ли коллектив стихийно или формируется сознательно и целенаправленно. Началом формирования официального коллектива является решение о создании предприятия или подразделения, надлежащим образом оформленное юридически (например, это устав, положение о структурном подразделении). Затем определяется его структура, круг обязанностей, прав и ответственности для каждого сотрудника, создается надежная система информирования. Привлекаемым работникам официально сообщают о целях и задачах коллектива и его подразделения, возлагают на них персональные задачи с учетом их способностей, целенаправленно формируют и поддерживают благоприятный морально (социально) - психологический климат. Для неофициального коллектива «днем рождения» становится обычно какое-то чрезвычайное событие или достижение некоего предела в развитии ситуации, оно порождает всплеск эмоций, толкающих людей на объединение друг с другом.

Любые отношения между людьми в коллективе складываются в результате контактов и наблюдений, в процессе которых люди накапливают информацию друг о друге, служащую основой взаимной заинтересованности, симпатии или антипатии. Складывающиеся отношения определяют стадии зрелости коллектива.

Командообразование – развитие из формальной, утвержденной руководством, управленческой структуры в рабочую группу с субкультурой «команда». Исследователями выделяются шесть этапов развития команды: адаптация (начальная стадия); группирование (стадия становления); кооперация (стадия экспериментирования); формирование деятельности; функционирование; расформирование.

Эффективную команду можно охарактеризовать общепринятыми критериями эффективности любой организационной структуры, однако есть специфические черты, присущие только команде. Прежде всего, это:

- нацеленность всей команды на конечный результат;
- инициатива и творческий подход к решению задач;
- высокая производительность и ориентированность на лучший вариант решения;
- активное и заинтересованное обсуждение возникающих проблем;
- достижение целей, стоящих перед группой;
- удовлетворенность членов группы своим трудом;
- индивидуальное развитие членов группы.
- внешняя организационная среда, с которой команда взаимодействует;
- личностные факторы сотрудников;
- обладание сотрудниками, входящих в группу, взаимодополняющими навыками: профессиональные навыки, необходимые для выполнения задания; навыки разрешения проблем, навыки принятия решения; навыки аналитической работы, продумывания процесса; навыки межличностного общения.

Эффективность групповой деятельности является важной составляющей общеорганизационной эффективности. Важнейшими критериями ее могут служить: достижение целей, стоящих перед группой; удовлетворенность членов группы своим трудом; индивидуальное развитие членов группы.

Согласно мнению Д.МакГрегора, рассматривавшего качественные характеристики эффективности функционирования команд, эффективной можно назвать такую команду, в которой: неформальная и расслабленная атмосфера; задача хорошо понята и принимается; члены слушают друг друга; присутствует обсуждение, связанное с задачей, в котором участвуют все; люди выражают как свои идеи, так и чувства; конфликты и разногласия присутствуют, но выражаются и центрируются вокруг идей и методов, а не личностей; группа осознает, что делает, решение основывается на согласии, а не на голосовании большинства. Когда удовлетворяются данные условия, команда, с одной стороны, успешно выполняет свою миссию, а с другой стороны, удовлетворяет личные и межличностные потребности своих членов.

Эффективность групповой деятельности зависит от ряда факторов. На нее влияют условия деятельности групп, определяемые организацией. Степень обеспеченности предопределяет взаимоотношения групп между собой по поводу распределения или перераспределения ресурсов, что также влияет на эффективность работы групп в организации. Если организация поддерживает коллективный стиль работы, то при подборе персонала на вакантные должности предпочтение отдается кандидатам, которые обладают навыками командной работы.

Корпоративная учеба очень эффективна. Так снижаются риски утраты новых знаний и потери денег, когда носителем этих знаний является уже не отдельный специалист, а команда специалистов, которая менее подвержена

увольнению. Поэтому, в любом случае, корпоративное обучение более эффективно для предприятий. Руководители предприятий должны серьезно задуматься над формами качеством обучения своего персонала. Надо понять, что учеба персонала - это важнейшая стратегическая задача предприятия.

Признанный классик менеджмента Генри Минцберг выделяет пять координационных механизмов, которые в основном раскрывают способы, посредством которых организации координируют свою деятельность, добиваясь согласованной и сглаженной работы коллектива, эффективной его работы. Это взаимное согласование, прямой контроль, стандартизация рабочих процессов, стандартизация выпуска и стандартизация навыков и знаний (квалификации) /8, с. 31/.

Э. Мэйо в результате проведения Хоторнского эксперимента (США, 1924 год, г.Хоторн, завод компании «Вестерн Электрик») выдвинул одну из основных мыслей, заключающаяся в том, что можно создать организацию, которая достигает своих целей через удовлетворение потребностей своих членов. Благодаря рекомендациям Мэйо руководители стали обращать внимание на поведение людей в процессе труда, что удовлетворенность работой сводится не только к получению высокой заработной платы. Мотивом эффективной работы становится обстановка в коллективе, хорошие внутренние взаимоотношения.

Важный параметр образования команды связан с характеристикой внешней организационной среды, с которой она взаимодействует. В командном менеджменте принято говорить не о среде, а об организационно-культурном контексте существования команды. Он делится на внешний и внутренний.

К внешнему будут относиться такие характеристики, как организационный климат; компетентность руководящих органов «материнской организации» в управлении командной деятельностью; сложность/структурированность внешнего мира; наличие/качество систем контроля; уровень ее неопределенности; частота и сила стрессовых воздействий. Д. Олдхем при описании культуры той или иной организации предлагает также учитывать и такие аспекты, как степень требуемой официальности при выполнении работы; требуемая степень сочетания послушания и инициативы от подчиненных; значение, которое придается соблюдению распорядка дня, одежде, личным странностям; наличие существования правил и принципов ведения работы или подчеркивание важности только результатов; основательность и период планирования работы.

Внутрикомандный культурный контекст характеризуется через описание следующих индикаторов: принятые и разделенные всеми участниками нормы команды; способы распределения власти; сплоченность и связанность членов команды; характерные способы организации и протекания командного взаимодействия (командных процессов - координации, коммуникации, деятельности по разрешению конфликтов и принятию решений, налаживанию внешних связей); организацию ролевого распределения. Можно сказать, что про-

цесс образования команды есть процесс образования ее внутреннего культурного контекста, другими словами, ее субкультуры.

Проведение корпоративных вечеров, спортивных мероприятий. В результате, которых происходит возникновение и развитие неформальных отношений внутри группы, а это в свою очередь сплачивает коллектив. Именно в таких ситуациях, в большей мере и происходит развитие у сотрудников чувства доверия, взаимопомощи и преданности. В дополнение к этому необходимо учитывать еще и то, что как только создается какая-либо рабочая группа, она становится социальной средой, где люди взаимодействуют отнюдь не по предписаниям руководства. Люди общаются за чашкой кофе, во время собраний, в курилке, за обедом и во время работы. Из социальных взаимоотношений, как следствие, рождаются дружественные, неформальные группы. Люди, которые в иных условиях вряд ли даже бы встретились, часто вынуждены проводить больше времени в обществе своих коллег, чем в своей собственной семье. Более того, характер задач, которые они решают, во многих случаях заставляет их часто общаться и взаимодействовать друг с другом. Замечательно, если состав неформальной группы соответствует составу рабочей группы. Это создает благоприятный психологический климат в группе, что положительно влияет на результаты выполнения рабочих заданий. Если дело обстоит иначе, это может вылиться в противостояние между руководителем и созданной рабочей группой. Причем данное противостояние может быть не только психологическим, но и привести к бойкотированию рабочих заданий, и, в дальнейшем, к невыполнению поставленных перед группой целей. Возникновение слаженной неформальной организации можно назвать еще одной характеристикой сплоченности группы. Руководитель должен активно поддерживать возникновение и развитие неформальных отношений внутри группы путем организации мероприятий с участием всей рабочей группы, как-то празднование Нового года и Рождества, проведения экскурсий и т. п.

Большое влияние на эффективность групповой деятельности оказывают руководители, менеджмент, в частности стиль руководства, отношение его к групповой работе, к групповым процессам принятия решений. Руководитель может оказывать поддержку групповым процессам, а может препятствовать им, способствуя индивидуализации трудовой деятельности. Соответственно эффективность работы группы может повышаться или же, наоборот, снижаться.

Очень важна роль менеджмента в оказании консультативной помощи при формировании и функционировании групп и команд. Консультации необходимы в процессе определения миссии и целей групповой работы. Они помогают членам групп и команд воспринимать, понимать и конструктивно реагировать на текущие события. А это в свою очередь способствует повышению результативности групповой деятельности.

Личностные факторы оказывают самое непосредственное влияние на эффективность работы группы. Командной работе может препятствовать

предшествующий неудачный опыт работы в команде, нежелание забыть о своей прежней власти, о своем более высоком статусе. Члены команды могут нести неравномерную ответственность: одни больше, другие - меньше. Не все члены группы обладают способностями, знаниями, навыками, полезными для групповой работы. По мнению специалистов, к основным качествам, которыми должны обладать люди, готовящиеся работать в успешной команде, относятся: понимание общей цели, задачи компании, подразделения; желание работать вместе для достижения общей цели; отсутствие скрытых целей, не заявленных коллегам и руководителю; способность интегрировать собственные знания и умения с потенциалом коллег; готовность к обучению и изменению собственного поведения, если оно противоречит установленным правилам; стремление к позитивному общению с коллегами.

Эффективность групповой работы зависит от того, обладают ли сотрудники, входящие в группу, взаимодополняющими навыками: профессиональные навыки, необходимые для выполнения задания; навыки разрешения проблем, навыки принятия решения; навыки аналитической работы, продумывания процесса; навыки межличностного общения.

В конце 1960-х годов литовский исследователь и преподаватель социологии Аушра Аугустинавичюте сумела из исследований Карла Юнга и его последователей вывести одну из самых современных типологий - соционику. Соционика – отрасль социальной психологии, изучающая индивидуальные особенности каждого человека, позволяющая сделать выводы на основании того, ни что человек сказал, а как. Данный метод отвечает на вопросы, будет ли тот или иной человек аффективен, комфортен в команде /6, с. 38/.

Помимо метода соционики, существуют и другие способы, с помощью которых можно улучшить деятельность команды или группы. Например, метод социометрии. Социометрия (от лат. *societas* — общество и греч. *metreo* — измеряю), отрасль социальной психологии, изучающая межличностные отношения, уделяя преимущественное внимание их количественному измерению.

К методу повышения эффективности рабочей команды относится постоянная работа профессионального психолога, который организует работу с персоналом в соответствии с общими целями развития предприятия и направлениями кадровой политики для достижения эффективного использования и профессионального совершенствования работников. Психолог так же определяет потребность в персонале, изучает рынок труда, участвует в подборе кадров, проводит собеседования и различные психологические тренинги, организует обучение персонала, выявляет, анализирует и разрешает конфликты, возникшие в группе. Работа психолога предполагает, прежде всего, выявление причин конфликтов и проведение соответствующей профилактической работы, которая может осуществляться по следующим направлениям:

1. улучшение организации и условий труда, обеспечение ритмичности и строгой координированности производственного процесса, что вызывает у работников моральную удовлетворенность трудом;

2. подбор личного состава и правильная расстановка кадров с учетом их социально-профессиональных характеристик и психологической совместимости, что снижает вероятность конфликтов;

3. развитие критики и самокритики и т.д.

Однако полностью избежать конфликтов в коллективе невозможно. Без конфликтов, как правило, не обходится ни один коллектив. Более того, конфликты имеют наряду с отрицательными и положительные последствия. Они помогают членам коллектива узнать друг друга, получить более полное представление о взаимных ожиданиях и претензиях, а администрации - о недостатках в организации труда, быта, управлении производством. Поэтому очень важно, чтобы столкновение взглядов, позиций конфликтующих не отдаляли их друг от друга, чтобы спорные вопросы разрешались и переставали быть спорными, чтобы конфликт не пошел по разрушительному пути. В этой связи особое значение приобретает поведение конфликтующих, культура конфликтования.

Другим методом, повышающим эффективность функционирования коллектива, является привлечение сотрудников более низкого уровня к процессу принятия некоторых решений, например, разработка мероприятий и предложений, которые будут способствовать увеличению уровня продаж. При этом руководству не следует допускать, чтобы мнения членов рабочей группы, имеющих более высокий статус, доминировали в ней. Человек, проработавший в фирме или организации непродолжительное время, может иметь более ценные идеи и лучший опыт в отношении какого-либо проекта, чем человек с высоким статусом, приобретенным благодаря многолетней работе в руководстве данной организации. Чтобы группа могла эффективно принимать решения и решать задачи, возложенные на нее, достигать поставленные перед ней цели, необходимо учитывать всю информацию, относящуюся к данному вопросу и объективно взвешивать все идеи.

Приведенные выше мероприятия, на наш взгляд, помогут сформировать эффективную рабочую команду, сплотить коллектив, повысить его производительность.

И, наконец, организация любого размера состоит из нескольких групп, и первой из задач по отношению к организации в целом, является выполнение каких либо задач и достижение определенных конкретных целей. То, насколько эффективно будут выполнены эти цели, зависит от эффективности работы самой группы. Группа должна функционировать слаженно, даже более слаженно, чем каждый ее член в отдельности.

Литература

1. Джордж Дж.М., Джоунс Г.Р. *Организационное поведение: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. проф. Е.А.Климова.* - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 463с.

2. Жданкин Н. *Обучение персонала как фактор успеха. //Управление*

персоналом. 2011. №18.с.65-68.

3. Меньшова Т., Рыжкова А. Конкурентная борьба. //Управление персоналом. 2011. №4.с.29-38.

4. Пархоменко С. Координация движений, или как достигается слаженная и согласованная работа организации // Управление персоналом. 2011.№5.с.30-35.

Средства маркетинга в управлении ассортиментом товаров на розничном торговом предприятии

Манохова А. А., студент

*Научный руководитель: Лекарева Ю. С., к.э.н., доцент,
Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье представлена концепция применения средств маркетинга как основы формирования торгового ассортимента предприятия и других важных управленческих решений.

Ключевые слова: ABC-анализа, анализ внутренних и внешних факторов формирования ассортимента; анализ удовлетворенности покупателей, выявление нового или неудовлетворительного спроса; формирование проектного плана ассортимента; анализ финансовых возможностей пересмотра ассортимента.

Abstract. The article introduces the concept of using marketing tools as the basis for the formation of the company's commercial range and other important management decisions.

Keywords: ABC-analysis, analysis of internal and external factors of assortment formation; Analysis of customer satisfaction, identification of new or unsatisfactory demand; Formation of the project plan of the assortment; The analysis of financial possibilities of revision of assortment.

Розничная торговля на современном этапе развития экономики отличается определенной спецификой функционирования предприятий. Они вынуждены изо дня в день укреплять свои позиции на рынке товаров и услуг, завоевывать новых потребителей, модернизировать и совершенствовать реализуемую продукцию. Для того чтобы оставаться конкурентоспособным, предприятие разрабатывает комплекс коммерческих решений, важной составляющей которого является процесс управления товарным ассортиментом. Требования покупателей с каждым днем возрастают, ведь они готовы платить за тот товар, который будет качественным, оригинальным, практичным, удовлетворяющим максимум потребностей. По этой причине производитель обязан учитывать постоянно возрастающие запросы клиентов и по-

ставлять предприятию продукцию, которая будет пользоваться регулярным спросом.

Формирование ассортиментной политики и управление ассортиментом в настоящее время являются актуальной задачей для предприятий розничной торговли, так как помогают выявить, сформировать их конкурентные преимущества. При этом использование маркетингового подхода должно основываться на потребительских предпочтениях, а также обеспечивать высокий уровень рентабельности предприятия, поэтому руководство компаний зачастую обращаются за помощью к специализированным организациям (маркетинговым и консалтинговым агентствам).

Торговый ассортимент, сформированный с учетом маркетингового подхода, включает в себя товарные группы, отвечающие следующим условиям:

- удовлетворять однотипные прямые и сопряженные потребности, то есть выполнять одни и те же функции (например, продукты питания или средства гигиены);
- ориентация ассортимента товаров на определенные целевые группы покупателей в зависимости от типа торгового предприятия;
- ценовая политика реализуемой продукции должна соответствовать уровню дохода данных целевых групп потребителей.

Принимаемые на предприятии розничной торговли маркетинговые решения в сфере закупок могут быть ориентированы на товары:

- местных производителей;
- импортеров;
- с низкой ценовой политикой;
- закупаемые малыми партиями;
- известных торговых марок. [1, с.108]

Для увеличения прибыли и сокращения издержек обращения необходимо проводить маркетинговый анализ каждого ассортиментного направления, чтобы выделить среди них инвестиционно привлекательные, а также выявить новые рынки сбыта наиболее выгодных для предприятия товаров и услуг.

Использование маркетинговых средств в управлении ассортиментом предполагает следующие мероприятия: анализ продаж, планирование продаж, проведение различных маркетинговых мероприятий.

В качестве объекта исследования выступает ООО «Сервис Гарант». Компания успешно функционирует на рынке города Оренбурга уже 8 лет и занимается специализированной розничной торговлей непродовольственными товарами, а именно: бытовыми электротоварами, радио- и телеаппаратурой; производством столярных и плотничных работ; исследованием конъюнктуры рынка. Рассмотрим более подробно, как осуществляется реализация маркетинговых средств в управлении ассортиментом на данном предприятии.

Анализ продаж позволяет просмотреть динамику продаж по каждой товарной группе по различным критериям. Рассмотрим структуру продаж ООО «Сервис Гарант» по реализуемым товарным группам за исследуемый период - 2014-2015 г.

Таблица 1 – Структура продажи товаров за 2014-2015 г.

Товарные группы	2014 г.		2015 г.		Отклонение	
	руб.	%	руб.	%	руб.	%
Сплит системы	11724750	38,3	13844527	39,6	2119777	1,3
Антенны	9116250	29,8	9650000	27,6	533750	-2,2
Видеонаблюдение	5236000	17,1	6755000	19,3	1519000	2,2
Спутниковое телевидение	3479000	11,4	3752439	10,7	273439	-0,7
Комплекующие	1058320	3,4	960541	2,8	-97779	-0,6
Итого:	30614320	100	34962507	100	4348187	-

По результатам расчетов можно сделать вывод: наибольший удельный вес в объеме продаж занимают сплит системы (в 2014 г. – 38,3% и в 2015 г. – 39,6%); в 2015 г. наблюдается значительное снижение выручки от реализации антенн (на 2,2%), незначительное снижение – спутниковое телевидение (0,7) и комплектующие (0,6). Объемы продаж по сплит системам и видеонаблюдению остаются стабильными. Такая ситуация складывается в силу воздействия таких факторов, как изменяющаяся структура потребностей и спрос населения, уровень денежных доходов клиентов, инфляционные процессы, а также психографические и поведенческие факторы.

Анализ продаж по поставщикам позволяет сформировать политику закупок, ценовую политику и выделить стратегических поставщиков. В данном случае предприятие может определить следующие показатели: объемы продаж в разрезе различных поставщиков; крупных (стратегических), средних и мелких поставщиков; динамику продаж по каждому поставщику. Проведем анализ продаж по поставщикам ООО «Сервис Гарант» за исследуемый период - 2014-2015 г.

Таблица 2 – Товарооборот в разрезе сегментов поставщиков.

Наименование поставщика	2014 г.		2015 г.		Отклонение, тыс.руб.	Темпы роста, %
	тыс. руб.		тыс. руб.			
ООО «Спутник»	61 22864	0	87 40627	5	2617763	142 ,8
ООО «Русклимат»	39 79862	3	59 43626	7	1963764	149 ,3
ООО «Нимал»	79 59723	6	80 41377	3	81654	101 ,03
ООО«Первая спутниковая компания»	12 551871	1	12 236877	5	-314994	97, 5
Итого:	30		34		4348187	114

	614320	00	962507	00		,2
--	--------	----	--------	----	--	----

Таким образом, наблюдается динамика роста выручки на предприятии (темпы роста закупки товаров увеличились к 2015 г. у 3 поставщиков: ООО «Русклимат», ООО «Спутник», ООО «Нимал», а у ООО «Первая спутниковая компания» - незначительное уменьшение). Одной из важнейших причин снижения закупок товаров у ООО «Первая спутниковая компания» стала уценка поставленной продукции в связи с потерей их качества и снижение спроса у потребителей на продукцию этих поставщиков. В то время как увеличение закупочной деятельности у ООО «Русклимат», ООО «Спутник», ООО «Нимал» свидетельствует о стабильной ценовой политике данных поставщиков, поэтому «Сервис Гарант» старается заключать с ними договоры с фиксированными ценами на длительный период времени. Еще одним преимуществом стоит назвать поставку партий товаров в точно указанный срок и наличие продукции, пользующейся постоянным спросом у покупателей.

Еще одним важным маркетинговым средством в управлении ассортиментом является планирование продаж. Данное мероприятие призвано решать следующие задачи:

- постоянное совершенствование и обновление ассортимента;
- поддержание оптимального соотношения между товарами-новинками, усовершенствованными товарами и устаревшими видами продукции;
- обеспечение рациональной ассортиментной структуры;
- вывод на рынок продуктов с принципиально новыми и усовершенствованными характеристиками;
- исключение из ассортиментного перечня нерентабельных товарных позиций. [2, с. 37]

Процесс планирования продаж в ООО «Сервис Гарант» включает в себя следующие этапы:

- 1) анализ выпускаемого товарного ассортимента в зависимости от специфики предприятия и определение его структуры (использование ABC-анализа);
- 2) анализ внутренних (например, кадровая политика, наличие оборотных средств) и внешних (изменение потребительского спроса, достижения науки и техники) факторов, влияющих на процесс формирования ассортимента;
- 3) анализ удовлетворенности покупателей сформированным ассортиментом, выявление нового или неудовлетворительного спроса;
- 4) формирование проектного плана ассортимента на будущие периоды с выделением ассортиментных групп и позиций на основании предыдущих этапов;
- 5) анализ финансовых возможностей пересмотра ассортимента (например, затраты связанные с реализацией товаров-новинок).

Проведение маркетинговых исследований при формировании ассортиментной политики может быть направлено на выявление потребностей кли-

ентов и на поиск новых ассортиментных ниш. В результате руководство предприятия получает информацию в области комплексного исследования потребителя и рынка; планирования ассортимента товаров и ценовой политики; разработки необходимых действий для более полного удовлетворения спроса; выявления потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей; планировании сбыта; разработки мер по совершенствованию процесса управления ассортиментом.

В данной работе рассмотрим анализ конкурентной ситуации в ООО «Сервис Гарант». Основными конкурентами данной организации являются:

- на рынке кондиционеров и сплит систем: «МорозКо», «ХоумКлимат», «УралСтройКлимат», салон климата «Рембытсервис»;
- на рынке систем видеонаблюдения: «Бриг-СБ», «Forward», «RED Point», «Контроль-СБ», группа компаний «Интеграл», «Академия климата»;
- на рынке спутниковых антенн: «Мир антенн», «Теледруг», «Карт Бланш», «Альфамастер», «Аргус».

Проанализируем возможности конкурентов («МорозКо», «Теледруг»), сопоставив их с критериями оценки ООО «Сервис Гарант», используем при этом пятибалльную шкалу оценки (градация от 0 до 5).

По результатам исследования можно заметить, что «Сервис Гарант» занимает лидирующее положение по сравнению с «МорозКо» и «Теледруг». Данные компании имеют практически одинаковый уровень оценки – 3,83 и 3,86 соответственно и на порядок уступают «Сервис Гарант» (4,39). К основным конкурентным преимуществам «Сервис Гарант» можно отнести качество реализуемой продукции, которое на порядок выше, чем в компаниях – конкурентах; кроме того, удобное расположение магазина в центре города, что, бесспорно, является огромным плюсом для потребителей и минусом для предприятий, осуществляющих продажу аналогичных товаров; рациональная организация процесса обслуживания покупателей в «Сервис Гарант» отличает предприятие от его конкурентов, хочется отметить, что все продавцы квалифицированные, компетентные, соблюдают правила продажи. Большим недостатком компании «Сервис Гарант» является отсутствие парковочных мест, на что стоит обратить внимание, поскольку это вызывает неудобство и дискомфорт у потребителей.

Таблица 3 - Оценка конкурентоспособности розничного торгового предприятия «Сервис Гарант»

Критерий	Удельный вес	«Сервис Гарант»		«МорозКо»		«Теледруг»	
		балл	оценка	балл	оценка	балл	оценка
Цена	0,26	4	1,04	5	1,3	3	0,78
Качество	0,21	5	1,05	4	0,84	4	0,84
Условия обслуживания	0,15	5	0,75	2	0,3	4	0,6
Форма расчета	0,15	4	0,6	4	0,6	5	0,75
Месторасположение	0,13	5	0,65	3	0,39	3	0,39
Наличие парковки	0,1	3	0,3	4	0,4	5	0,5
Итого:	1,0		4,39		3,83		3,86

Конкурентная ситуация остается сложным вопросом, однако руководство компании старается сделать все возможное для привлечения покупателей: доступные цены, высокий уровень качества продукции, достойный сервис и консультирование по любому интересующему вопросу.

Таким образом, рассмотренные в работе на практическом примере маркетинговые средства в управлении ассортиментом предприятия позволяют привлечь как можно больше потребителей и повысить эффективность от ведения хозяйственной деятельности предприятия. Средства маркетинга направлены на оптимизацию ассортиментной и ценовой политики под предпочтения клиентов, выбор методов продвижения по каждому ассортиментному направлению, проведение рекламных кампаний, захват пустующих ниш потребителей. Все применяемые на предприятии средства маркетинга в совокупности обнаруживают скрытые резервы развития организации в целях повышения эффективности ее коммерческой деятельности и конкурентоспособности.

Литература

1. Параманова Т.Н. *Маркетинг торгового предприятия: Учебник для бакалавров* / Т.Н. Параманова, И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич; под. ред. д.э.н., проф. Т.Н. Парамановой. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 284 с.

2. Прушковская Е.Е. *Использование средств маркетинга в управлении ассортиментом предприятий розничной торговли // Вопросы структуризации экономики. -2008. - № 3, том 1.*

Организация закупочной деятельности на оптовом предприятии торговли

Ромащенко Ю. С., студент
Научный руководитель: Черникова О. Н., к.э.н., доцент,
Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия

Аннотация. В статье представлен алгоритм закупочной работы, представлены методы оценки потенциальных или фактических поставщиков.

Ключевые слова: закупочная работа, рейтинговый метод оценки потенциальных поставщиков, анализ выполнения договорных обязательств поставщиками, ABC-анализ работы с поставщиками.

Abstract. The article presents the algorithm of procurement work, presents methods for assessing potential or actual suppliers.

Key words: procurement, rating method of evaluation of potential suppliers, analysis of fulfillment of contractual obligations by suppliers, ABC-analysis of work with suppliers.

Закупочная работа является основой коммерческой деятельности в оптовой торговле. Это объясняется тем, что в ходе закупочной работы организации выполняют сложные операции. Оптовые предприятия, закупая продукцию, оказывают непосредственное влияние на производителей, а также требуют улучшения качества, предоставляемых ими товаров, и расширения ассортимента для удовлетворения насущных запросов клиентов. От того насколько рационально будет организована закупочная работа, зависит возможность формирования оптимального ассортимента товаров и обеспечения прибыли торговому предприятию.

Понятие закупки можно трактовать как получение товаров нужного качества в нужном количестве из нужного источника по нужной цене, доставляемых в нужное место в нужные сроки. По своей экономической сущности процесс оптовых закупок представляет собой совокупность коммерческих действий, направленных на приобретение товаров и услуг для их последующей перепродажи в целях получения прибыли [2, с.84].

Закупочная деятельность осуществляется в соответствии с целями и задачами оптового предприятия. Основная цель закупки товара – купить тот товар, который востребован покупателями, будет хорошо продаваться сам по себе по предлагаемым покупателям ценам и принесет торговому предприятию в планируемые оборот или прибыль [4, с.113].

Организация закупочной работы включает в себя целый комплекс коммерческих действий по изучению и оценке спроса, поиску и выбору поставщиков, определению качественных и количественных характеристик закупаемых товаров, планированию и управлению ассортиментом, товарными запасами, заключение договоров поставки, организации учета и контроля над выполнением заключенных договоров.

Выбор поставщика – одна из главных задач в управлении закупочной деятельности. Ее важность можно объяснить не только тем, что на современном рынке действует большое количество поставщиков, но и главным образом тем, что поставщик должен являться надежным партнером предприятия. Решение данной задачи состоит из нескольких этапов, которые находятся в неразрывной связи друг с другом: поиск потенциальных поставщиков, их анализ и оценка работы с ним [3, с.1-14].

Как правило, поиск и изучение поставщиков, определяющих формирование товарного предложения, достигается путем постоянного мониторинга производителей товаров, настойчивой работы с ними, а также создание у них заинтересованности в работе с предприятием, осуществляющим закупки. Тщательный анализ полученной информации позволит торговому предприятию составить необходимое представление об источниках поступления товаров и в последующем сформировать перечень конкретных поставщиков, с

которыми в дальнейшем будет проводиться работа по заключению договорных отношений.

Организация хозяйственных связей является одним из важнейших этапов закупочной работы. Их формирование происходит на основе принципов свободы договора и добровольного волеизъявления участников товарооборота. В условиях развитой рыночной экономики централизованное регулирование хозяйственных связей между поставщиками и покупателями уступает место самостоятельному установлению взаимоотношений между партнерами по договору на базе правовых норм гражданского законодательства. При этом существенно повышается роль договоров поставки товаров [2, с.89].

Договор поставки является основой закупочной деятельности. Он носит долгосрочный характер, поэтому при его заключении особое значение имеет согласование всех условий и подробностей договора, а также урегулирование разногласий, которые могут возникнуть в будущем между сторонами данного вида договора. Правильная квалификация договора поставки имеет важнейшее практическое значение с учетом применения норм гражданского и других источников права, в целях избежание правовых коллизий и норм.

В результате работы по организации хозяйственных связей предприятия и установления договорных отношений с поставщиками служба закупок оценивает предполагаемую эффективность их деятельности. Основным принципом оценки эффективности закупочной работы должен стать принцип системного подхода, реализация которого предполагает оценку экономического эффекта от деятельности партнеров на пути движения материального потока от поставщика до заказчика с учетом их зачастую противоречивых экономических интересов и общих издержек [1, с.56].

Рассмотрим организацию закупочной работы на примере торговой компании ОП ЗАО «ЭЛТИ-КУДИЦ», предметом деятельности которой является оптовая продажа игрушек и игрового оборудования, предназначенных для детских дошкольных учреждений Оренбургской области.

Закупка товаров является основной частью коммерческой работы торгового предприятия ОП ЗАО «ЭЛТИ-КУДИЦ». В целях успешной организации закупочной деятельности оптовое предприятие систематически занимается выявлением и изучением источников закупки и поставщиков товаров, осуществляет учет и контроль над своевременным выполнением поставщиками договорных обязательств. Для ОП ЗАО «ЭЛТИ-КУДИЦ» выбор поставщиков является сложной и ответственной задачей, так как в дальнейшем от них во многом будет зависеть благополучие торговой организации. В случае несостоятельности или недобросовестности поставщика у предприятия могут возникнуть срывы в выполнении заказов покупателей и как следствие – прямые финансовые потери. И наоборот: надежный поставщик – это большая гарантия успеха.

При выборе поставщиков ЗАО «ЭЛТИ-КУДИЦ» руководствуется, прежде всего, такими критериями, как

- цена;
- соответствие продукции стандартам качества;
- ассортимент предлагаемой продукции и частота его обновления;
- соблюдение требуемых объемов поставки;
- предоставление необходимой сопроводительной документации;
- периодичность и сроки поставки.

Для оценки рейтинга поставщиков исследуемого торгового объекта воспользуемся следующей бальной шкалой: 0-3 – неудовлетворительная работа по направлению, 4-7 – относительно удовлетворительная работа, 8-10 – полностью или частично удовлетворительная работа.

Рассмотрим производителей ЗАО «Норд-Пласт», ООО «Спектр» и ЗАО «АФИС», предлагающие товары следующего ассортимента: кубики, мозаики, конструкторы, пирамидки, куклы, транспортные игрушки, строительные наборы (таблица 1).

Таблица 1 – Расчет рейтинга поставщиков товарных групп: развивающие игры и игрушки, сюжетные игры, строительные наборы и конструкторы

Критерий для оценки	Удельный вес критерия	ЗАО «Норд-Пласт»		ООО «Спектр»		ЗАО «АФИС»	
		Оценка	Рейтинг	Оценка	Рейтинг	Оценка	Рейтинг
Надежность поставок	0,35	10	3,5	9	3,15	7	2,45
Цена	0,25	8	2	8	2	6	1,5
Предоставление скидок	0,15	7	1,05	6	0,9	3	0,45
Качество	0,10	9	0,9	8	0,8	7	0,7
Ассортимент продукции и частота его обновления	0,10	8	0,8	7	0,7	5	0,5
Условия оплаты	0,05	8	0,4	9	0,45	8	0,4
Итого	1	-	8,65	-	8	-	6

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что поставщик ЗАО «Норд-Пласт» является лидером среди поставщиков-производителей анализируемых товарных групп, его рейтинг составил 8,65. ООО «Спектр» незначительно уступает по таким критериям, как надежность поставок, предоставление скидок, качество и ассортимент, т.е. можно сказать, что он также является выигрышным поставщиком. Таким образом, компании ОП ЗАО «ЭЛТИ-КУДИЦ» наиболее выгодно заключать контракты на поставку продукции в большом объеме и получать скидки у вышерассмотренных поставщиков, и отказаться от услуг ЗАО «АФИС», который отстает по всем исследуемым

показателям за исключением одного (условия оплаты).

Далее проведем расчет рейтинга производителей, специализирующихся на мягких модулях, мебели, спортивном оборудовании и инвентаре (таблица 2). Для анализа возьмем следующих поставщиков: фирма «Светоч», ООО «ЭЛТИ-КУДИЦ-МОДУЛИ», ООО «Развитие детей».

Таблица 2 – Расчет рейтинга поставщиков товарных групп: мягкие модули, мебель, спортивное оборудование и инвентарь

Критерий для оценки	Удельный вес критерия	«Светоч»		ООО «ЭЛТИ-КУДИЦ-МОДУЛИ»		ООО «Развитие детей»	
		Оценка	Рейтинг	Оценка	Рейтинг	Оценка	Рейтинг
Надежность поставок	0,35	10	3,5	8	2,8	7	2,45
Цена	0,25	9	2,25	7	1,75	6	1,5
Предоставление скидок	0,15	8	1,2	9	1,35	6	0,9
Качество	0,10	8	0,8	7	0,7	6	0,6
Ассортимент продукции и частота обновления	0,10	7	0,7	8	0,8	7	0,7
Условия оплаты	0,05	9	0,45	8	0,4	6	0,3
Итого	1	-	8,9	-	7,8	-	6,45

Основываясь на полученных результатах, можно сделать вывод, что компания «Светоч» зарекомендовала себя как надёжный поставщик и добросовестный производитель, поскольку в наибольшей степени отвечает всем критериям отбора. Рейтинг ООО «ЭЛТИ-КУДИЦ-МОДУЛИ» составляет 7,8, что в свою очередь свидетельствует о выгодности работы с ним. Такой поставщик, как ООО «Развитие детей» отстает по всем критериям оценки и имеет наряду с другими низкий рейтинг – 6,45. Поэтому ОП ЗАО «ЭЛТИ-КУДИЦ» в отношении этого производителя необходимо предпринять определенные действия с целью совершенствования закупочной деятельности.

Во многом эффективность закупочной деятельности зависит от выбора поставщиков. Оценить, насколько этот выбор правильный, можно с помощью такого показателя, как частота и характер исполнения поставщиком договорных обязательств. В таблице 3 представлен уровень выполнения договорных обязательств по каждому поставщику, взаимодействующему с ОП ЗАО «ЭЛТИ-КУДИЦ», за период 2014-2015 гг. (таблица 3).

Исходя из данных таблицы 3, следует отметить, что в 2014 году ОП ЗАО «ЭЛТИ-КУДИЦ» не получило товаров от своих партнеров (ООО «Спектр», ООО «Тедико», Wonderworld product) на сумму 94,17 тыс. руб.,

при этом уровень выполнения договорных обязательств составил 98,4%. В 2015 году наблюдается положительная тенденция соблюдения поставщиками условий договоров поставки, поскольку сумма недопоставки приняла небольшое значение – 27,62 тыс. руб., а уровень выполнения обязательств составил 99,6 %.

Таблица 3 – Уровень выполнения договорных обязательств поставщиками, взаимодействующих с ОП ЗАО «ЭЛТИ-КУДИЦ»

Наименование поставщика	Сумма поступления товаров на предприятие, предусмотренная договорами, тыс. руб.		Фактическая сумма поступления товаров на предприятие, тыс. руб.		Уровень выполнения договорных обязательств, %	
	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.
ЗАО «Норд-Пласт»	334,6	593,08	319,25	593,08	95,4%	100,0%
ООО «Спектр»	371,78	539,17	371,78	539,17	100,0%	100,0%
ООО «Дрофа-Медиа»	297,42	377,42	297,42	377,42	100,0%	100,0%
ООО «Игрушка-НН»	371,78	647	371,78	647	100,0%	100,0%
«Светоч»	260,24	431,33	260,24	431,33	100,0%	100,0%
ООО «Тедико»	111,53	215,67	101,11	215,67	90,7%	100,0%
ООО «Томь-Сервис»	557,66	700,92	557,66	700,92	100,0%	100,0%
ОАО «Весна»	1040,97	1401,84	1040,97	1401,84	100,0%	100,0%
ЗАО «АФИС»	223,07	269,58	223,07	269,58	100,0%	100,0%
Miniland	619,18	305,12	619,18	305,12	100,0%	100,0%
Wonderword product	522,82	276,2	454,42	276,2	86,9%	100,0%
Faro	543,12	211,83	543,12	211,83	100,0%	100,0%
WePlay	406,12	311,17	406,12	283,55	100,0%	91,1%
Другие	148,71	215,67	148,71	215,67	100,0%	100,0%
Итого	5809	6496	5714,83	6468,38	98,4%	99,6%

Другим направлением оценки эффективности закупочной работы является анализ поставщиков на основе метода ABC, который дает возможность разделить поставщиков на три группы, по величине суммы поставок за определенный период времени. Такое разделение в свою очередь позволяет использовать для каждой группы отдельные методы управления, что способно в дальнейшем привести к снижению затрат предприятия на закупки. Результаты ABC-анализа поставщиков ОП ЗАО «ЭЛТИ-КУДИЦ» представлены в таблице 4.

Как видно из приведенной таблицы 4 наибольший вклад (49,9 %) в формирование объема закупок внесли четыре поставщика: ОАО «ВЕСНА», ООО «Томь-Сервис», ООО «Игрушка-НН» и ЗАО «Норд-Пласт». Названные предприятия вошли в группу А и составили 21 % от общего числа приведенных поставщиков в таблице. Это наиболее ценная для компании группа поставщиков, которая требует постоянного учета и контроля, так как более интенсивная работа с ними может оказать влияние на 50% всего объема закупа-

емой продукции. Производители в лице ООО «Спектр», «Светоч», ООО «Дрофа-Медиа», ЗАО «АФИС» и ООО «ТЕДИКО» представляют группу В, и на их долю приходится 28 % закупок.

Таблица 4 – Результаты АВС-анализа поставщиков ОП ЗАО «ЭЛТИ-КУДИЦ»

№	Наименование поставщиков	Объем закупаемой продукции, тыс. руб.	Доля в обороте, %	Доля в обороте накопительным итогом, %	Категория поставщиков
1	ОАО "Весна"	903	13,9	13,9	А
2	ООО "Томь-Сервис"	799	12,3	26,2	А
3	ООО "Игрушка-НН"	773	11,9	38,1	А
4	ЗАО "Норд-Пласт"	767	11,8	49,9	А
5	ООО "Спектр"	448	6,9	56,8	В
6	"Светоч"	370	5,7	62,5	В
7	ООО "Дрофа-Медиа"	357	5,5	68,0	В
8	ЗАО "Афис"	338	5,2	73,2	В
9	ООО "Тедико"	299	4,6	77,8	В
10	ЗАО "Огонек"	266	4,1	81,9	С
11	ООО "Оксва"	253	3,9	85,8	С
12	ООО "Мозаика-Синтез"	221	3,4	89,2	С
13	Московский комбинат игрушек	169	2,6	91,8	С
14	ООО "Развитие детей"	162	2,5	94,3	С
15	ООО "Элти-Кудиц-модули"	149	2,3	96,6	С
16	Wonderworld Products	58	0,9	97,5	С
17	WePlay	58	0,89	98,39	С
18	Miniland	55	0,84	99,23	С
19	Другие	50	0,77	100,0	С
Итого		6496	-	100	-

Концентрация этого числа партнеров составляет около 26 %, что является вполне достаточным для резерва А-группы, следовательно, поставщики группы В – это основные претенденты для попадания в доминирующую группу, поэтому компании необходимо и далее развивать хозяйственные связи с данными поставщиками. Количество поставщиков, составляющих группу С, достигает 53 % от общего их числа. Они обеспечивают остальные 22 % объема закупок, и поставки по некоторым из них характеризуют едва ли не единичные контакты с компанией. Однако поставщиков данной группы нель-

зя исключать из списка, т.к. их отсутствие значительно уменьшит количество поставок и качество работы организации. С партнерами С-группы ЗАО «ЭЛТИ-КУДИЦ» необходимо эффективно работать, рассматривать более детально договора и поддерживать хозяйственные отношения.

Литература

1. Бородина Ю.А., Сярдова О.М. К вопросу оценки эффективности закупочной деятельности предприятия // *Стратегия устойчивого развития регионов России*. – 2014. – № 18. – С. 56-58.

2. Сысолятин А.В. Выбор поставщика в закупочной деятельности торговой фирмы // *NAUKA- RASTUDENT.RU*. – 2014. – № 12. – С. 1-14.

3. Туева Н.В. Организация производственной деятельности на предприятии розничной торговли: учебное пособие. – Оренбург: ООО Агентство Пресса, 2014. – 113с.

О методах оценки качества торгового обслуживания в магазинах

Поддымова Н. С., студент

*Научный руководитель: Черникова О. Н., к.э.н., доцент,
Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье представлена система способов оценки качества торгового обслуживания, условия эффективного применения каждого из способов.

Ключевые слова: качество торгового обслуживания в магазине, способы оценки качества торгового обслуживания в магазине, «таинственный покупатель», метод «360 градусов», метод Кано, методика «SERVQUAL».

Abstract. The article presents a system of ways to assess the quality of trade services, the conditions for the effective application of each method.

Keywords: quality of shopping service in the store, ways of assessing the quality of shopping service in the store, "mystery shopper", "360 degrees" method, Kano method, "SERVQUAL" technique.

В последние годы руководители торговых предприятий стали уделять особое внимание оценке качества торгового обслуживания. Объясняется это тем, что в условиях жёсткой ценовой конкуренции на рынке высокий уровень качества торгового обслуживания зачастую становится главным аргументом в пользу конкретного предприятия, тем самым выступая одним из основных факторов конкурентоспособности предприятий торговли.

Сегодня оценить качество торгового обслуживания можно несколькими способами:

1. Традиционные инспекции и рейды, которые проводятся органами Роспотребнадзора и представителями Санитарно-эпидемиологических служб. Существенным недостатком этих методов оценки качества услуг является то, что о проверках часто или почти всегда становится известно заранее.

2. Опрос покупателей или клиентов. Здесь недостатком может служить то, что полученная информация не всегда полная, а вот затраты времени и средств немалые.

3. Нестандартные методы оценки качества торгового обслуживания, многообразие которых позволяет предприятиям торговли выбрать для себя наиболее подходящий способ оценки качества обслуживания покупателей.

Для разных потребителей в качестве ключевых выгод в процессе обслуживания могут рассматриваться совершенно разные параметры, а именно: качество товара, приемлемая цена, соответствие товаров ожиданиям, удобное место продажи товара или местонахождение поставщика. То есть критериями оценки качества услуг могут выступить любые индивидуально воспринимаемые и ожидаемые качественные характеристики, значимые для отдельного потребителя. Поэтому современные методы оценки качества услуг на сегодняшний день, безусловно, являются просто незаменимыми для предприятий торговли, тем более, что каждое предприятие найдёт для себя тот метод, который подойдёт именно ему. [4, с.101]

Ниже будет рассмотрен ряд современных методик для оценки качества торгового обслуживания.

Для предприятий, желающих получить оценку качества и уровня обслуживания клиентов с точки зрения потребителей, подойдёт такой метод оценки как «Тайный покупатель» (Mystery Shopping).

Преимущество данного метода – засекреченность и неожиданность проверки. Специально подготовленный агент делает покупку и оценивает уровень обслуживания по специальной форме. Посещение носит секретный характер, и продавец не догадывается о том, что его проверяют. [1, с.104] Методика «Тайный покупатель» включает в себя следующие этапы: разработка плана проведения исследования; проведение полевого исследования; анализ данных; подготовка отчёта по результатам посещения. Методика применяется для оценки качества обслуживания как в своей компании, так и в компании конкурентов. Сравнить можно уровень обслуживания потребителей, работу персонала, выполнение стандартов мерчандайзинга, качество продуктов и услуг, цены и т.д.

Получить информацию о профессиональных и личностных качествах персонала позволит метод оценки «360 градусов». Данный метод представляет собой оценку компетенций сотрудника руководителем, подчинёнными, коллегами, клиентами, поставщиками и самим сотрудником. [2, с.219] Оценку данным методом проводят в несколько этапов: выявление целей оценки; определение оцениваемых и оценивающих; определение критериев оценки;

оформление анкет для проведения оценки и непосредственная организация оценки; обратная связь с сотрудниками.

Технология оценки «360 градусов» объективно применима в случаях, когда чисто профессиональные компетенции отводятся на второй план. Фактически данным методом оценивается поведение сотрудника, его личная эффективность, управленческие навыки, инновационность подхода во взаимодействии с персоналом. [4, с.57]

Общеизвестно, что удовлетворенность потребителей определяется их ожиданиями относительно товара или услуги. Данные ожидания влияют на взаимосвязь между качеством продукции и удовлетворенностью (неудовлетворенностью). Компании, имеющие представление о требованиях потребителей, способны спроектировать свой продукт таким образом, чтобы он обладал более высокой дополнительной воспринимаемой ценностью, что позволило бы обеспечить и удовлетворенность клиентов. [6, с.20-21]

Для того чтобы обеспечить удовлетворенность клиентов, компаниям необходимо знать, какие характеристики значимы или, наоборот, не значимы для потребителей. Получить такую информацию можно с помощью метода Канона.

Суть данного метода заключается в том, чтобы определить характер отношения потребителей к различным характеристикам обслуживания, что позволит определить главные точки приложения усилий во взаимоотношениях с потребителем, которые дадут наилучший результат. При этом, все характеристики обслуживания классифицируются по одной из 6 категорий: привлекательная; обязательная; линейная; безразличная; обратная; спорная. По каждой характеристике составляется пара вопросов, которые формулируются на основе полярных точек зрения: максимальная функциональность и полная нефункциональность. На основе частоты отнесения каждой из характеристик к той или иной категории рассчитывают потенциал удовлетворенности и неудовлетворенности для каждой из характеристик. [5, с.20-21]

Для измерения степени разрыва между воспринятым и ожидаемым потребителями качеством услуг широко применяется такой практический инструмент как методика «SERVQUAL». Данный метод представляет собой анкету из трёх частей: ожидания, восприятие, важность. Каждая часть анкеты состоит из 22 вопросов, относящихся к пяти характеристикам качества услуги: материальность, надёжность, отзывчивость, убеждённость и сочувствие [1, с.102]. Потребители заполняют анкету, используя пятибалльную шкалу Лайкерта «полностью согласен – полностью не согласен». На основе полученной информации из анкет рассчитывают коэффициент качества услуги. Далее графически в виде квадрантов или четырёх зон качества изображают зависимость этого коэффициента от важности критериев качества. [3, с.485]

Выше было сказано о том, что оценка качества торгового обслуживания на сегодняшний день особо важна для предприятий торговли и выступает одним из определяющих факторов их конкурентоспособности. В больших городах, несомненно, предприятия торговли проводят оценку качества услуг,

а работники предприятий имеют представление о методах, с помощью которых её проводят. А вот какие методы для оценки качества торгового обслуживания известны сотрудникам предприятий торговли нашего города, Оренбурга? Давайте разберёмся.

Исследование проводилось в ТРЦ «Гулливер», располагающемся по адресу: г. Оренбург, ул. Новая, д.4. В исследовании приняли участие работники торговых залов следующих магазинов: «Cosmo», «Befree», «INCITI», «O`STIN», «Zolla», «Kari», «SELA», «Спортмастер», «ELIS», «LASIEA», «LOVE REPUBLIC», «Gloria Jeans», «Карусель», «Уютерра». Всего в опросе приняли участие 39 человек. Каждому из респондентов был задан вопрос, знают ли они какие-нибудь методы оценки качества торгового обслуживания. Затем, если был получен положительный ответ, респондентам предлагалось перечислить известные им методы.

Результаты опроса показали, что 36 респондентов из 39 (92%) знают методы для оценки качества услуг, при этом большая часть опрошиваемых (29 человек или 81%) назвали в качестве известного им метода методику «Тайный покупатель». На втором месте по известности оказался метод посредством опроса, его назвали 25 человек из 36 (69%). Всего 6 человек из 36 (17%) знают о методике «SERVQUAL» и только 2 человека (6%) – о методе «Кано». К сожалению, других методов для оценки качества предоставляемых услуг респонденты не назвали. На рисунке 1 представлено долевое распределение результатов опроса работников магазинов о знании методов для оценки качества торгового обслуживания.

Рисунок 1 - Долевое распределение результатов опроса работников магазинов о знании методов для оценки качества торгового обслуживания.

Таким образом, в ходе проведённого исследования было выявлено, что большая часть работников торговых залов магазинов, расположенных в ТРЦ «Гулливер» г.Оренбурга, знает о методах оценки качества услуг. Но разнообразие методик работники вышеперечисленных торговых предприятий, к сожалению, не обрадовали. В ходе опроса было названо всего 4 методики. Это говорит о том, что в рассматриваемых предприятиях скорее всего не

уделяют достаточного внимания оценке качества торгового обслуживания. Будем надеяться, что в будущем руководство вышеперечисленных торговых предприятий поймёт важность проведения оценки качества торгового обслуживания и займётся обучением своих сотрудников в этой области путём проведения лекций по соответствующим методикам.

Литература

1. Безбородова Т.М., Дюжева М.Б. *Управление предприятиями торговли: учебное пособие* /. - Омск: 2013. - 339с.
2. Гвоздецкая И.В., Галькив К.М. Совершенствование качества обслуживания путём удовлетворённости клиентов // *Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития*. – 2015. - №20. – С. 101
3. Задимидько И.В. Эффективность сервисной деятельности и её оценка // *Учёные записки Российского государственного социального университета*. – 2013. - №2(114). – С. 81 - 85
4. Игнатьева А.А., Мингазинова Е.Р. Анализ подходов к оценке качества услуг предприятий розничной торговли // *Экономические науки*. – 2014. - №12 (90). – С. 47
5. Скорниченко Н.Н., Пантелеева Т.А. Методика качества оценки услуг как фактора, влияющего на конкурентоспособность предприятия // *Наука – промышленности и сервису*. 2011. № 6–1. С. 407–415.
6. Щеголев В.В. Применение методики Кано для оценки потребительской ценности продукции промышленного назначения (на примере автоматизированной системы управления АСМУТ «НПФ «Ракурс») // *Проблемы современной экономики*. – 2013. - №4 (48). – С. 13

Международные санкции и ответные санкции Российской Федерации: масштабы их влияния и экономические последствия

*Воякина Д. А., студент
Научный руководитель: Лекарева Ю. С., к.э.н., доцент,
Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Введение экономических санкций со стороны ведущих стран мира в отношении России и ответных санкций со стороны России в виде запрета на ввоз сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия из Австралии, Канады, Королевства Норвегия, США и стран ЕС неоспоримо оказало влияние не только на торговые отношения между сторонами конфликта, но и на развитие мировой экономики в целом, поскольку российская экономика тесно взаимосвязана с экономиками многих стран мира.

Ключевые слова: экономика, санкции, экспорт и импорт, отношения, запрет, внешняя торговля.

Abstract. The introduction of economic sanctions on the part of the leading countries of the world against Russia and Russia's response sanctions in the form of a ban on the import of agricultural products, raw materials and food from Australia, Canada, the Kingdom of Norway, the United States and EU countries has undoubtedly influenced not only trade relations Between the parties to the conflict, but also on the development of the world economy as a whole, since the Russian economy is closely interrelated with the economies of many countries of the world.

Keywords: economy, sanctions, export and import, relations, prohibition, foreign trade.

В результате политических событий на Украине, присоединение к России Крыма, США и ЕС наложили экономические санкции на Россию. Первичные санкции Австралии, Канады, Норвегии, США, стран Европейского союза, Швейцарии, Японии и других государств мира, в отличие от ответных санкций Российской Федерации, были направлены не на ограничение внешней торговли между странами, а имели, прежде всего, политический характер. Изначально были введены визовые ограничения для лиц, включенных в специальные списки с запретом на въезд, а также прекращены различные формы международного сотрудничества стран с Российской Федерацией, например, в рамках стран «Большой восьмерки». С аннексией Автономной Республики Крым в апреле 2014 г. некоторыми странами, такими как Великобритания, Германия и США, были введены на втором этапе экономические санкции в виде запрета на поставки товаров военного назначения. В июне 2014 г. экономические санкции были расширены в виде ужесточения экспортного режима в отношении некоторых российских компаний военно-промышленного комплекса. Третий этап санкций был вызван авиационной катастрофой самолета Boeing 777 авиакомпании Malaysia Airlines, произошедшей 17 июля 2014 г. на востоке Донецкой области Украины. В июле 2014 г. были введены экономические санкции в отношении ряда ключевых компаний военно-промышленного комплекса и банковского сектора. В результате в августе 2014 г. ряд стран, в т.ч. США, Швейцария, ввели впервые запреты на импорт и экспорт товаров, используемых в добыче нефти и газа.

В свою очередь, в ответ на эти санкции Правительство Российской Федерации, исполняя Указ главы государства от 6 августа 2014 г. №560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации», приняло 7 августа 2014 г. постановление №778 о введении сроком на 1 год запрета на ввоз в Россию сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия для таких стран, как Австралия, Канада, Норвегия, США и ЕС. Взаимные санкции стали одним из основных инструментов внешней политики государств на современном этапе развития мировой экономики.

Рассмотрим импортно-экспортные отношения Российской Федерации. Связь экономики России в полной мере отражается во внешнеэкономической

деятельности страны, представленной в виде внешней торговли товарами и услугами. Так, согласно данным Федеральной таможенной службы РФ, 28 стран (группа с условным названием «ТОП-28») являются основными торговыми партнерами России, доля каждой, как в общем объеме импорта, так и в общем объеме экспорта, составляет более 1%. Доля остальных торговых партнеров РФ (группа с условным названием «ОСМ», в которую входит 219 стран) в общем объеме импорта и экспорта, согласно данным ФТС, не превышает 15%.

Общий объем товаров, импортируемых Российской Федерацией, составил за период с 2013 по 2015 гг. 312,7 млрд. USD в среднем за год, или 26,1 млрд. USD в среднем за месяц. Принимая во внимание данные за 2015 г., общий объем импорта достиг всего 163,2 млрд. USD и составил в среднем за месяц 23,3 млрд. USD. Сопоставление среднемесячных значений за 2015 г. и предыдущие 3 года указывает на то, что среднемесячный импорт товаров РФ сократился на сумму около 2,7 млрд. USD, что составляет более 10,5% от среднемесячного значения в течение 2013-2015 гг.

Помимо импорта, огромное значение для развития экономики страны имеет экспорт товаров и услуг. Необходимо отметить, что Россия на протяжении многих лет имеет положительное сальдо торгового баланса. Это говорит о том, что общий объем экспорта превышает общий объем импорта. Так, общий объем товаров, экспортируемых РФ за период с 2013 по 2015 гг., составил в среднем за год 522,9 млрд. USD, или 43,6 млрд. USD в среднем за месяц. За 2015г. общий объем экспорта достиг всего 285,5 млрд. USD и составил в среднем за месяц 40,8 млрд. USD. Как видим, среднемесячный экспорт товаров Российской Федерации сократился на сумму около 2,8 млрд. USD, что составляет более 6,4% от среднемесячного значения предыдущих 3 лет. При этом сопоставление среднемесячных показателей по импорту и экспорту товаров за 2015 г. указывает на сокращение внешнеторговых отношений между Российской Федерацией как с основными странами-партнерами (ТОП-28), так и остальными странами мира.

Кроме того, в анализе внешнеэкономической деятельности РФ также следует учитывать и ее торгово-экономическое партнерство с экономическими блоками. Несмотря на огромные усилия по интеграции России со странами Таможенного союза и Евразийского экономического сообщества, доля импорта и экспорта в общем объеме составила 7% в общем объеме импорта и 7,9% в общем объеме экспорта. При этом доли импорта и экспорта за 2015 г. со странами ТС и ЕврАзЭС сократились до 5,6% и 6,5% и составили соответственно в среднем за месяц 1,3 млрд. USD и 2,6 млрд. USD. Как видим, приведенные данные опровергают общепринятое предположение о том, что введение санкций положительно повлияет на внешнеторговые отношения между Российской Федерацией и странами ТС и ЕврАзЭС.

Что же касается ЕС, экономика которого тесно взаимосвязана с экономикой РФ, то на долю стран союза приходится около 42% импорта и 52,9% экспорта РФ. Сопоставляя среднемесячные значения экспорта и импорта

2015 г., наблюдается существенное сокращение обмена товарами со странами ЕС – более чем на 1,2 млрд. USD в среднем за месяц. Это подтверждает то, что введение экономических санкций против Российской Федерации отрицательно повлияло на внешнеторговые отношения России со странами Евросоюза.

Что касается стран, в отношении которых Россия ввела запрет на ввоз сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия (группа с условным названием «Запрет на ввоз», или «ЗНВ»), на их долю в среднем приходится 48,8% импорта и 55,7% экспорта РФ. При этом в группу «ЗНВ» входят как страны группы «ТОП-28» (США, страны ЕС), так и 3 страны группы «ОСМ» (Австралия, Канада, Норвегия), доля которых в общем объеме импорта и экспорта не превышает 1%. Однако нужно отметить, что, исходя из данных за 2015 г., доля группы стран «ЗНВ» увеличилась до 50,6% в общем объеме импорта РФ. При этом доля в общем объеме экспорта составила как за предыдущий год, так и за 2015 г. около 56,1%. Однако расчеты среднемесячных показателей за 2015 г. и их сопоставление с аналогичными показателями за период 2013-2015 гг. указывают на то, что объемы и импорта, и экспорта сократились в среднем за месяц с 12,6 млрд. до 11,8 млрд. USD и с 24,3 млрд. до 22,9 млрд. USD соответственно.

Анализ данных статистики внешней торговли указывает на то, что введение экономических санкций со стороны США и стран Европейского союза, а также Австралии, Канады и Норвегии против России существенно отразилось на внешней торговле между этими странами и Российской Федерацией. Международные санкции стран Запада по отношению к РФ носят не только внешнеполитический характер, но имеют существенное экономическое влияние на развитие внешнеэкономических отношений России, что, в свою очередь, имеет непосредственное воздействие на развитие производственных отношений внутри страны.

Что же касается внешней торговли Российской Федерации продовольственными товарами и сельскохозяйственным сырьем, то основными торговыми партнерами на импортном рынке РФ являются 26 стран (группа с условным названием «ТОП-26»), на долю которых приходится более 77,5% общего объема импорта продовольственных товаров, а также 40,2% от общего объема экспорта.

На долю стран, входящих вместе с Российской Федерацией в ТС и ЕврАзЭС, приходится всего около 7% и 14% в общем объеме импорта и экспорта. Следует отметить, что в случае возникновения определенного дефицита из-за запрета на ввоз продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья Россия имеет возможность компенсировать в некоторой степени дефицит за счет сокращения вывоза товаров в страны, прежде всего Таможенного союза.

Однако, согласно данным ФТС, страны Европейского союза, а также страны, попавшие под запрет на ввоз, относятся к основным поставщикам продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья в Российскую

Федерацию, а их доли на импортном рынке составляют в среднем за период исследования соответственно 34,6% и 43,8%.

Согласно данным ФТС РФ, Россия является нетто-импортером продовольствия и сельскохозяйственного сырья. В то время как экспорт этих товаров за 2013-2015 гг. составил в среднем в год около 15,4 млрд. USD, объемы импорта превысили 42,1 млрд. USD, в результате чего получается отрицательное сальдо на сумму более чем 26,7 млрд. USD. В товарной структуре внешней торговли товарами на долю продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья в целом приходится около 13,5% импорта и 3% экспорта.

Основное место в импорте продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья занимают 6 товарных групп. Это те группы товаров, которые были включены в перечень сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, запрещенных к ввозу в Российскую Федерацию сроком на 1 год. За исключением товарной группы 03 «Рыба и ракообразные, моллюски и прочие», торговое сальдо по этим группам товаров является отрицательным. Даже при условии, если Российская Федерация сократит экспорт по этим группам товаров, а также постарается увеличить производство внутри страны, в краткосрочной перспективе запрет на ввоз вызовет дефицит этих товаров, что непременно приведет к росту цен на них на внутреннем рынке страны. При этом следует принимать во внимание то, что санкции, вступившие в силу на третьем этапе, направлены в том числе и против банковского сектора и его доступа к финансовым рынкам, что, в свою очередь, отрицательно скажется на инвестициях в развитие собственного производства. Также следует отметить, что производство определенных групп товаров, прежде всего животноводческого происхождения, является капиталоемким. При этом в короткие сроки заместить импорт за счет увеличения собственного производства будет крайне трудным и фактически невыполнимым заданием.

Кроме того, рост цен на внутреннем рынке может произойти не только за счет возникновения дефицита, но и за счет «искусственного» снижения конкуренции посредством ограничения количества стран, экспортирующих товары в Россию. Введя запрет на ввоз для определенных стран, Правительство РФ «искусственно» сокращает количество участников на импортном рынке и тем самым снижает конкуренцию между ними. Снижение конкуренции будет сопровождаться изменением структуры импортного рынка Российской Федерации. Не исключено, что на рынках товаров, включенных в перечень запрета на ввоз, могут возникнуть олигополистические и даже монополистические структуры. Возникновение олигопольных структур на рынке импорта товаров непременно может привести к росту цен на товары со стороны стран или страны, которые не подпадают под запрет и будут иметь «эксклюзивное» право на ввоз товаров, вошедших в перечень Правительства РФ. Таким образом, на импортном рынке России может сложиться ситуация, которая будет противоречить антимонопольному законодательству РФ.

Сопоставление данных об импорте и экспорте по всем продовольственным товарам и сельскохозяйственному сырью с данными об отдельных видах сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, утвержденных в постановлении, указывает на то, что под санкции Российской Федерации подпадают товары, которые во внешней торговле продовольственными товарами занимают около 53% в общем объеме импорта и около 23% в общем объеме экспорта. Из этого следует, что товары, включенные в перечень запрета на ввоз в страну для отдельных стран, будет практически невозможно компенсировать за счет сокращения вывоза из страны. Эти выводы наглядно иллюстрируются средними показателями стоимости импорта и экспорта. В то время как с 2013 по 2015 гг. импорт отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия Российской Федерации составлял 22,4 млрд. USD в среднем за год, экспорт оставался относительно низким и составлял всего-навсего 3,6 млрд. USD в среднем за год. При этом за аналогичный период импорт и экспорт всех видов продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья составляли соответственно 42,1 млрд. USD и 15,4 млрд. USD в среднем за год.

Рассматривая количество стран, участвующих в торговле отдельными и всеми видами сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, установлено, что за период исследования Российская Федерация состояла в импортных и экспортных отношениях со 146 странами против 193 стран и со 112 странами против 169 стран соответственно. С сокращением номенклатуры, ассортимента товаров сокращается и количество стран, участвующих на рынке. Со снижением количества участников рынка снижается и конкуренция, а это, в свою очередь, влияет на ценообразование.

Итак, принимая во внимание доли стран, которые как в общем объеме импорта, так и в общем объеме экспорта занимают более 1%, можно выделить 33 страны, которые являются основными партнерами РФ в торговле отдельными видами сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия (группа «ТОП-33»). На долю только этих 33 стран приходится около 80% всего импорта и более 91% всего экспорта отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. При этом на долю стран Европейского союза, а также стран группы «ЗНВ» приходится в среднем за период около 28,4% и 41% соответственно. При этом нужно отметить то, что Россия экспортирует в эти же страны около 11,6% и 12,2% своей продукции соответственно.

Учитывая среднегодовые поставки товаров за 2013-2015 гг. по странам группы «ЗНВ», объемы недопоставок товаров в стоимостном выражении для Норвегии и США будут составлять около 1 млрд. USD в среднем за год, для Германии, Польши и Испании – около 900 млн. USD, для Нидерландов и Дании – около 700 млн. и 500 млн. USD в среднем за год соответственно. В целом объем недопоставок товаров из-за запрета на ввоз в РФ может составить около 6,5 млрд. USD для стран Европейского союза. При этом общий объем недопоставок отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и

продовольствия в Россию, а тем самым дефицит этих товаров может составить в общей сложности 9,3 млрд. USD. Для покрытия дефицита этих товаров на внутреннем рынке Российской Федерации есть небольшие возможности. Так, может сократиться экспорт этих товаров в такие страны, как Корея и Китай, на сумму в целом около 2 млрд. USD или в страны Таможенного союза на сумму около 500 млн. USD в среднем за год. Компенсация возможного дефицита товаров за счет сокращения экспорта в другие страны, например в Нидерланды, не принесет желаемого результата. Так, объем среднегодовых поставок РФ в эти страны составляет незначительные суммы и не превышает в общем около 200 млн. USD в среднем за год.

По данным за 2014 г., самая большая доля в общем объеме импорта сельхозпродукции, сырья и продовольствия приходилась на товарную группу 02 «Мясо и пищевые мясные субпродукты», которая составляла 24,4%, или 2,3 млрд. USD. Затем следуют две товарные группы с почти одинаковыми долями – 04 «Молочная продукция» и 08 «Съедобные фрукты и орехи; кожура цитрусовых плодов или корки дынь», доли которых составляют соответственно 19,1% и 18,8%, или 1,8 млрд. и 1,7 млрд. USD. Четвертую позицию в импорте продуктов занимает товарная группа 03 «Рыба и ракообразные, моллюски и прочие» с долей в 16,6% на сумму 1,6 млрд. USD. В целом на долю этих четырех групп приходится около 78,8% всего импорта этих товаров.

В условиях введения запрета на ввоз товаров этих групп для отдельных стран первое, на что нужно обратить внимание, так это на большую вероятность того, что на внутреннем рынке может возникнуть дефицит этих продовольственных товаров. Прежде всего, дефицит может коснуться таких основных продовольственных групп товаров, как мясо (группа 02) и молоко (группа 04). Учитывая то, что в 2014 г. на долю экспорта рыбы и рыбных продуктов (группа 03) приходится около 76,4% в общем объеме экспорта отдельных видов сельхозпродукции, сырья и продовольствия, или 379,9 млн. USD в целом по всем странам, подпавшим под запрет, вероятность возникновения дефицита по этой группе намного ниже.

Рассматривая структуру импорта по товарным группам и странам за 2014 г., можно увидеть то, что доли стран в той или иной мере равномерно распределены. Так, в товарной группе 02 «Мясо и мясопродукты» наибольшая доля приходится на Данию – 14,7% или 334,9 млн. USD, Германию – 13,2%, или 301,8 млн. USD, Испанию – 6,3%, или 144,3 млн. USD и Польшу – 6,1%, или 139,7 млн. USD. Однако исключение составляет товарная группа 03 «Рыба и рыбные продукты», где на долю Норвегии приходится 98,5% всего импортного рынка России, или в стоимостном выражении около 1,1 млрд. USD. Учитывая небольшие объемы экспорта товаров этой группы из России в Норвегию, норвежские рыболовы вынуждены будут переориентировать сбыт этих товаров в другие страны. Товарная группа 04 «Молоко и молокопродукты» имеет равномерное распределение долей рынка. Самыми крупными импортерами этой продукции являются Финляндия и Нидерланды, доля которых составляет 17,8% и 17,5% соответственно, или 317,4 млн. и 311,9 млн.

USD. По товарным группам 07 (овощи) и 08 (фрукты) самые большие доли приходятся на Польшу – 26,4% и 28,3% соответственно и Испанию – 25,4% и 21,3%. Объемы товарных групп 16 «Готовые продукты из мяса, рыбы» и 19 «Готовые продукты из зерна злаков, муки» незначительны и составляют в целом около 239,2 млн. USD. На импортном рынке товарной группы 21 «Разные пищевые продукты» на долю Германии приходилось около 27,5%, или 220,7 млн. USD. За ней следуют Соединённые Штаты Америки с долей 19,8%, или 158,9 млн. USD.

Исходя из вышеизложенного, мы видим, что страны, на которые распространяется запрет на ввоз отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, находятся сравнительно в одинаковом положении и сравнительно в равной степени подвержены влиянию санкций со стороны Российской Федерации. За исключением Норвегии, которая на импортном рынке России занимает относительно высокую долю. Потери объемов недопоставок отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Россию будут носить с учетом их долей на импортном рынке России равнозначный характер. При этом с учетом узких мест постановления Правительства РФ можно ожидать, что на импортный рынок России не прекратят поступать товары, внесенные в перечень запрета на ввоз. Вероятно, что масштабы влияния санкций для определенных групп товаров и стран будут значительно меньшими.

Постановлением Правительства Российской Федерации №778 был утвержден перечень товаров из 54 наименований групп товаров с указанием их четырех-, шести-, девяти- и десятизначных кодов, соответствующих товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Таможенного союза (ТН ВЭД ТС). Необходимо отметить, что к перечню запрещенных на ввоз товаров относятся не все товары сельскохозяйственного и продовольственного значения. В связи с этим в постановлении нужно бы было дать более точную формулировку, например, «некоторых видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия» или употребить формулировку, как было указано в указе президента Российской Федерации «отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия». Кроме того, наименования товаров и их кодов, утвержденные Правительством РФ, в перечне порождают неоднозначность толкования запрещенных на ввоз товаров и затрудняют практическое применение настоящего перечня. Так, в перечне указаны три сноски, которые дополнительно объясняют, как следует руководствоваться при применении настоящего перечня в отношении наименования и/или кода товара. Например, в сноске **, которая относится к товару из группы 0210 и указанным наименованием товара «Мясо соленое, в рассоле, сушеное или копченое», дополнительно разъясняется, что для «целей применения настоящей позиции следует руководствоваться как кодом ТН ВЭД ТС, так и наименованием товара». Дополнительные объяснения в отношении наименования товара усложняют практическое применение настоящего перечня при прохождении товаров через таможенный контроль. Не исключе-

но, что ввиду сложности определения наименования товара или его кода работниками таможенных служб будут допускаться ошибки.

Также следует отметить, что в самом перечне наименований товаров и их кодов есть «пути», или, скажем, «узкие места», которые позволят ввозить запрещенные товары. Например, группа товаров с 4-значным кодом 0208 «Прочие мясо и пищевые мясные субпродукты» не указана в перечне наименований товаров. Это может означать, что, используя эту группу, фирмы, участвующие в импортных операциях, сумеют в некоторой степени «адаптироваться» и при пересечении товаром таможенного контроля выбрать «правильную» группу товара. Из этого следует, что в товарной структуре импорта отдельных товаров сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия могут произойти определенные изменения, которые не будут связаны с реальными изменениями в структуре импорта, а, прежде всего, связаны с выбором «правильной» группы товара, которая не подпадает под запрет.

Итак, резюмируя все вышеизложенное, можно сделать следующие выводы. Первое: не исключено, что именно введение международных санкций со стороны ведущих стран мира в отношении РФ привело к сокращению объемов внешней торговли. Сопоставление данных об импорте-экспорте товаров Российской Федерации указывает на то, что за 2015 г. значительно сократились объемы как импорта, так и экспорта всех видов товаров. Однако если учесть, что изначально санкции носили чисто политический характер и были направлены в отношении ряда физических лиц, а экономические санкции, направленные на запрет поставок товаров военного назначения, были введены только на втором и усилены на третьем этапе с введением санкций против некоторых государственных банков России, утверждать, что сокращение объемов внешней торговли РФ произошло под давлением санкций, пока еще рано. Более того, сокращение объемов внешней торговли произошло не только со странами, в отношении которых были введены санкции со стороны Российской Федерации, но и со странами Таможенного союза.

Второе: введение санкций со стороны РФ приведет не только к изменению импортных и экспортных потоков, но и повлияет на изменение рыночных структур, как на импортном, так и экспортном рынке страны. При этом из-за санкций особые изменения произойдут на импортных рынках отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Прежде всего, сократится количество участников, что, в свою очередь, снизит конкуренцию, вследствие чего произойдет рост потребительских цен на внутреннем рынке. Нужно отметить, что страны, на которые распространяется запрет на ввоз отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, с учетом их долей на импортном рынке России подвержены относительно в равной степени влиянию санкций со стороны Российской Федерации. При этом если учесть тот факт, что импортеры сельхозпродукции в РФ будут искать новые рынки сбыта, не исключено, что масштабы влияния санкций со стороны России будут значительно меньшими.

Третье: учитывая то, что до июля 2015 г. на долю стран, подпавших под запрет на ввоз отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, приходилось в среднем около 41% в общем объеме импорта, на внутреннем рынке страны может возникнуть дефицит этих товаров. При этом покрыть данный дефицит в полном объеме за счет сокращения объемов экспорта Российской Федерацией отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в другие страны будет довольно сложно.

Четвертое: огромные надежды Правительство Российской Федерации возлагает на развитие и увеличение собственного производства в стране. Однако нужно отметить, что, принимая во внимание особенности технологии производства, например мяса и молока, увеличить собственное производство в короткие сроки таких видов сельскохозяйственной продукции и продовольствия практически невозможно. При этом не нужно забывать, что из-за санкций со стороны стран Запада доступ к финансовым средствам, а также к новым технологиям производства, которые постоянно развиваются и требуют огромных капиталовложений, развивать собственное производство в таких условиях будет еще сложнее. Поэтому в краткосрочной перспективе планы развития и увеличения собственного производства мяса и молока фактически будут невыполнимы.

Пятое: учитывая введение ответных санкций со стороны Российской Федерации на ввоз и сложность таможенного контроля, сопоставления наименований и кодов товаров, нельзя исключить того, что в Российскую Федерацию будут ввозиться также отдельные виды сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия из стран, на которые распространяется запрет на ввоз. При этом будет несложно использовать «узкие места» в наименовании товаров и кодов товарной номенклатуры. В то же время, несомненно, возрастут транзакционные затраты, которые будут включать не только затраты, возникающие в связи с заключением контрактов, но и затраты, возникающие на пути прохождения товара через таможенный контроль. С увеличением транзакционных затрат на ввоз товара непременно увеличится потребительская цена на внутреннем рынке страны.

Санкции охватили множество отраслей российской экономики – нефтяной, оборонный, сырьевой сектора, повлияли на авиакомпании, изменили уровень, как мировых, так и внутренних цен.

Описано влияние зарубежных санкций на нефтяную и финансовую отрасли, а также влияние ответных санкций России на продовольственный сектор, так как эти области играют ключевую роль во внутренней экономике России.

Санкции были направлены на наиболее конкурентоспособные отрасли, такие как – газовая и нефтяная, военная промышленность и банковский сектор.

Общий уровень, как экспорта, так и импорта, России упал, что логично, так как большая часть санкций от других стран направлена на ограничение

экспорта, а ответные санкции России направлены на ограничение импорта. Динамика экспорта и импорта России представлена на рис. 1. Используется информация Федеральной службы государственной статистики [3].

Рисунок 1 - Динамика экспорта и импорта России

Сильное влияние санкции оказали на нефтедобывающую и нефтеперерабатывающую отрасли. На территории России много нефти, но большая часть оборудования для ее добычи и переработки обычно импортируется. На момент введения санкций доля импорта в некоторых областях промышленности доходила до отметки в 80%. Санкции Евросоюза и США преимущественно направлены на запрет поставок технологий для российских арктических, шельфовых и сланцевых проектов, но не исключено, что они также скажутся на отрасли в целом. Решением проблем в этом направлении занимается Министерство промышленности и торговли Российской Федерации (Минпромторг).

Людмила Подобедова, Тимофей Дзядко и Андрей Лемешко в своей статье проанализировали данные Минпромторга. На рис. 2. показана доля импорта в нефтедобывающей промышленности в целом, а также по различным секторам. Данные диаграмм объясняют выбор предмета воздействия зарубежных санкций, так как доля импорта пересекает границу в 50%.

Рисунок 2 - Доля импорта в нефтедобывающей отрасли России

Так как под воздействием санкций импорт ограничивается, необходимо либо искать новых поставщиков, либо заниматься импортзамещением. По расчетам Минпромторга заменить зарубежные технологии западными аналогами получится не раньше 2018-2020 гг., соответственно не обойтись без помощи других стран, в особенности стран Юго-восточной Азии. По большинству позиций идеальным альтернативным поставщиком выступает Китай, но эксперты с опаской относятся к нему, так как боятся, что Россия вновь станет импортозависимой, просто от другого государства. Параллельно с новым импортом необходимо также развивать отечественную нефтегазовую промышленность, так это стратегически важно для экономики России [4].

22 сентября 2015 года в рамках форума «Нефтегазовый диалог» ИМЭМО РАН состоялся семинар «Международные санкции и российский нефтегазовый сектор». Руководитель семинара академик Наталья Иванова обобщила мнение экспертов, выступавших на семинаре.

Первостепенной задачей является продолжение развития отрасли. Специалисты считают, что у государства имеются научные, технологические и геополитические возможности для постепенного размеренного роста.

Второе – это смена направления международного сотрудничества от стран Евросоюза и США к Востоку.

И третье – следствие не столько санкций, сколько «невидимой руки рынка» - падение спроса и цен в нефтегазовой отрасли. Это значительно снижает доходы России от экспортируемой нефти.

Также влияние на цену нефти оказало одно только известие о снятии санкций Ирана. Падение цен на нефть продолжается, а снятие санкций с Ирана возможно только ускорит темпы [5].

Таким образом, можно сделать вывод, что антироссийские санкции в нефтегазовой отрасли усложняют осуществление арктических, сланцевых и шельфовых проектов, так как не возможен импорт ранее используемого оборудования, но при этом санкции стимулируют импортзамещение технологий для работы на шельфе, что подтверждается данными Минпромторга. Министерство считает, что именно нефтегазовые компании должны относиться к наиболее востребованным для поддержки со стороны государства проектам. Для решения вопросов импортзамещения создана государственная программа «Развитие судостроения и техники для освоения шельфовых месторождений на 2016–2030 гг.» [6].

Далее перейдем к финансовому сектору Российской экономики. Начиная с 2014 г. ряд российских банков подвергся наложению санкций со стороны США и Евросоюза. В Обзоре финансовой стабильности, опубликованном Центральным банком Российской Федерации, говорится о том, что прямым эффектом санкций является потеря доступа компаний к внешнему рынку, то есть источнику относительно дешевых и долгосрочных средств финансирования, а также о том, что косвенный эффект санкций связан с тем, что иностранные контрагенты стараются минимизировать свои риски, а именно они:

- ограничивают рефинансирование внешних заимствований – не только компаний, попавших под санкции, но и других российских компаний-заемщиков;
- снижают лимиты на российские банки по различным операциям;
- увеличивают цикл проведения платежей в иностранной валюте [7].

В таблице 2 представлены данные Центрального банка по прямым инвестициям Российской Федерации в 2012-2014 гг., I-III кварталах 2015 г. [8]

Таблица 2 – Прямые инвестиции в Россию, (млн. долл. США)

Прямые инвестиции в Россию	Года					
	2012	2013	2014	I квартал 2015 г.	II квартал 2015 г.	III квартал 2015 г.
Банковский сектор	7 786	9 158	4 394	-736	360	-516
Сектор нефинансовых предприятий	42 801	60 061	18 496	2 591	-924	568
Всего в Россию	50 588	69 219	22 891	1 855	-564	52

Из приведённых в таблице данных видно, что, начиная с 2014 г. (года введения санкций) наблюдается отток иностранных инвестиций в Россию, что подтверждает влияние санкций на финансовый сектор.

В России создается дефицит иностранной валюты и это вызывает особый рост их курса к рублю. Для того чтобы компенсировать дефицит денеж-

ных средств банкам пришлось изменить свою политику в отношении кредитования. Об этом говорится в ежеквартальных информационно-аналитических материалах об изменениях условий банковского кредитования, опубликованных Центральным банком.

Антироссийские санкции привели к снижению доступности внешних источников фондирования для банков, что сказалось на их политике. Повышение ключевой ставки Банка России в IV квартале 2014 года способствовало стабилизации динамики внутренних цен и ситуации на валютном рынке, но с другой стороны спрос на кредиты упал [10]. В связи с этим, начиная с I квартала 2015 г., началось смягчение условий кредитования, что повлекло за собой увеличение спроса на новые кредиты во всех основных сегментах кредитного рынка [11].

Таким образом, можно сделать вывод, что основным эффектом от зарубежных санкций в отношении финансового сектора российской экономики стало снижение доступности внешних источников фондирования для банков, а вследствие этого вырос курс иностранной валюты к рублю, а также изменились процентные ставки по кредитам.

Помимо зарубежных санкций на экономике сказались также российские ответные санкции. Первым ответом на зарубежные санкции стало введение продовольственного эмбарго, подтвержденное указами президента [12], [13].

Продовольственное эмбарго – это запрет на ввоз на территорию отдельных видов товаров и услуг от стран, которые применили санкции в 2014 г. Под эмбарго попали отдельные виды таких товаров, как мясо, рыба, молоко, готовые продукты из молочной продукции, фрукты, орехи [14].

На момент введения эмбарго специалисты давали различные прогнозы его влияния на внутреннюю экономику, но все были едины во мнении, что цены на продукцию повысятся. Этому мнению придерживались Министерство экономического развития Российской Федерации (Минэкономразвития), Аналитики «Сбербанк КИБ», а также другие эксперты. Минэкономразвития утверждало, что ситуация приведет к сокращению производства и потребления (в мясной и молочной промышленности), а также к росту цен на другие продукты за счет переключения спроса и перераспределения торговой наценки во избежание всплеска цен [5].

Прогнозы подтвердились. В 2014-2015 гг. наблюдался резкий скачок потребительских цен на товары и услуги, что подтверждается Федеральной службой государственной статистики [15].

Также из данных Федеральной службы государственной статистики видно, что возросла стоимость минимального набора продуктов питания [16]. Если на конец 2013 г. она составляла 2871,48 руб., на сентябрь 2014 г. - 2996,05 руб., то на начало 2016 г. уже - 3627,07 руб. На это также повлияли изменения в объеме импорта.

Для предотвращения последствий эмбарго, правительство проводит политику импортзамещения. Данная политика соответствует Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохо-

зяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 гг., в которой говорится о необходимости быстрого импортзамещения мяса (крупного рогатого скота, мяса, птицы), молока, овощей, открытого и закрытого грунта, картофеля и различной плодово-ягодной продукции, о повышении конкурентоспособности отечественной сельскохозяйственной продукции как на внутреннем, так и на внешнем рынках и т.д. [17]

В статье Марата Рамазанова описаны первые успехи импортзамещения, полученные за 2015 г. Всего по России за 2015 г. производство картофеля и говядины увеличилось в среднем на 25%, производство свинины - на 18%, творога, сыра и изделий из них - на 15%, мяса птицы - на 11%, масла - на 6%, овощей - на 3% [18].

Таким образом, можно сделать вывод, что ответные российские санкции имеют как положительные, так и отрицательные моменты. К отрицательным моментам относится рост цен на продовольственные товары, к положительным – успехи в импортзамещении - увеличение производства в сельском хозяйстве.

В заключение нужно напомнить, что спрос на основные продукты питания неэластичен, поэтому даже незначительное сокращение объемов предложения в виде уменьшения импорта отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, которые относятся к основным продуктам питания, таким как мясо и молоко, может привести к значительному росту цен на эти группы продовольственных товаров.

Литература

1. Гладков И. С., Захарова Е. В. *Внешнеторговые связи Европейского союза на современном этапе* // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2014. – № 2 (68). – С. 87–98.
2. Стрелкова И. А. *Экономические санкции против России и роль ВТО* // Академический журнал . – 2015. – Т. 10. – № 5. – С. 125–127.
3. Шишкин А. В. *Маркетинговая концепция пространственной экономики* //Федерализм. – 2014. – № 4 (76). – С. 75–85.
4. *О мерах по обеспечению национальной безопасности России и защите граждан России от преступных и иных противоправных действий и о применении специальных экономических мер в отношении Турции:* - Указ Президента Российской Федерации от 28.11.2015 г. № 583
5. Абрамов С.Ю., Лекарева Ю.С.//Оценка связи индекса развития человека с показателями экономической деятельности в регионах. //Экономика и предпринимательство.2016. №2-1(67-1)с.344-349
- 6.Статистика внешнего сектора: [Электронный ресурс] // Центральный банк Российской Федерации. URL: <http://www.cbr.ru/statistics/?PrID=svs> [Дата обращения - 20.02.2016]

Содержание, структура и алгоритм оценки работы сайта интернет – магазина

В.А. Королева, студент

Е.А. Королева, студент

*Научный руководитель: Н.В. Туева, к.б.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье представлен алгоритм последовательной оценки работы интернет-магазина на примере работы сайта одного из магазинов по продаже товаров для офиса и компьютерной техники «Комус».

Ключевые слова: интернет-магазин, оценка, эффективность, сайт, продажи, посетители.

Abstract. The paper presents an algorithm for sequential evaluation of the work of the online store the site of one of the stores selling goods for office and computer equipment "Comus."

Keywords: online shop, evaluation, performance, website sales, visitors.

Компания «Комус» занимает лидирующие позиции на российском рынке товаров для офиса и компьютерной техники и является одним из крупнейших поставщиков бумаги, картона и пластиковой упаковки в России. Компания является эксклюзивным дистрибьютором торговых марок Kores, Sax, Vantex и официальным дистрибьютором 110 ведущих производителей 15 стран Америки, Европы и Азии. Эта компания успешно существует на рынке канцелярских и офисных товаров 24 года. Имеет офисы продаж в 84 городах России, 98 фирменных розничных магазинов по всей стране, более 12 000 сотрудников, 7 собственных производственно-логистических комплексов и, конечно, собственный интернет – магазин.

Оценка работы интернет-магазина проведена в рамках четырех этапов.

1 этап. Внешняя оценка архитектуры сайта интернет - магазина.

Для продажи товаров и услуг потребуется «продающий» сайт, направленный именно на продажи. Сайт должен ясно и прямо информировать будущих покупателей о товарах, об уникальном торговом предложении, скидках, распродажах, способах покупки. «Продающий» сайт не должен отвлекать посетителя от процесса выбора товара различными красивыми, полезными, но не связанными с продажами функциями – форумом, гостевой книгой, витиеватым обращением генерального директора или анекдотами. Сайт должен быть простым, понятным, удобным и информативным для каждого пользователя.

Дизайн - не самый главный, но довольно важный элемент современного интернет-магазина, на который часто обращают внимания. Особенно важно правильно подать нужную информацию, часто интернет-магазины

настолько перегружены информацией, что найти нужный товар становится сложно.

Дизайн должен быть современным, легким, воздушным, с минимальной графикой и без анимации, в данном случае красивая графика и анимация будут только отвлекать пользователя от продаваемых товаров, хотя в некоторых товарных категориях графика вполне допустима. Основной упор в дизайне нужно делать на интерфейс и юзабилити, сайт магазина должен быть удобен для поиска информации, правильно доносить эту информацию пользователю и мотивировать совершить покупку или сделать запрос в магазин. При этом делать это демократично, не навязывая какие-либо действия, а только предоставлять возможность их совершить. Для юзабилити сайта характерен принцип «Чем проще, тем лучше»; наличие стандартных приемов в интерфейсе сайта также является преимуществом. Ведь если пользователь когда-то уже видел что-то подобное (в навигации, элементах страницы или чем-нибудь другим), он будет знать, как этим пользоваться.

Всем этим требованиям полностью соответствует выбранный для исследуемой оценки сайт интернет-магазина «Комус». Сайт выполнен в красно-белых тонах – красках фирменного логотипа. Структура проста и понятна с первого взгляда. Помимо удачно выстроенной структуры сайта создатели постарались и над мультимедийной составляющей. Отсутствуют всплывающие окна, закрывающие большую часть страницы. (Рисунок 1).

Рисунок 1- Структура сайта интернет-магазина «Комус»

Заставки меняются в небольшом окне в центральной части главной страницы. Отсутствуют раздражители глаз посетителя. В верхней части сайта очень достаточно компактно расположены все основные разделы с указанием групп товаров, по которым можно с легкостью переходить к поиску нужной информации. Так же представлены разделы «личный кабинет», «корзина» и информационное окно, в котором можно открыть шесть наиболее популярных вкладок. Эту же информацию можно найти и в других местах на страничке интернет-магазина. Окно поиска находится в верхней части сайта рядом с логотипом компании, куда сразу при открытии странички падает

взгляд. На главной странице сайта представлена информация о самых популярных товарах, товаре недели, цене дня, новостях компании, новостях ассортимента, скидках, акциях, распродажах (рисунком 2). Так же представлены каталоги и прайс-листы, которые, при необходимости, можно скачать.

Рисунок 2 – Информация о популярных товарах интернет-магазина

Оставить свои отзывы и предложения и прочитать отзывы других можно, воспользовавшись разделом «Отзывы и предложения». На сайте находится информация о доставке, оплате, возврате товара, а так же об акциях, скидках и экологических товарах, так же присутствует раздел «каталог товаров». Повторяется некоторая информация о компании, сервисе. Это сделано для удобства посетителей сайта, что бы с любой части страницы была возможность найти интересующую посетителя информацию. Всегда активны окна «Звонок через сайт» и «On-line консультант». Так же посетителю сайта предоставлена возможность заказать обратный звонок, установить мобильное приложение и узнать информацию обо всех сайтах компании. Дана информация о продавце с указанием реквизитов и адресов компании. Все разделы сайта интернет-магазина «Комус» оформлены просто, доступно и удобно для посетителей сайта.

2 этап. Оценка пользовательского интерфейса интернет-магазина «Комус».

Пользовательский интерфейс интернет-магазина - это форма взаимодействия посетителей с интернет-магазином. Это все, что видит гость онлайн-магазина, как только входит на его сайт, включая тексты, картинки, видео, кнопки, меню и т.д. Пользовательский интерфейс исследуемого сайта очень удобен и прост - позволяет работать по догадке и не требует больших умственных усилий для совершения нужного действия, быстро реагирует на любые действия посетителя сайта, включая общение с консультантом в онлайн-чате. Пользовательский интерфейс схематично представлен на рисунке 3.

Рисунок 3 – Схема пользовательского интерфейса интернет-магазина «Комус»

На рисунке 4 изображена часть ассортимента интернет-магазина «Комус», а именно товарная группа «Бумага и бумажные изделия»

Рисунок 4 – Часть ассортимента интернет-магазина «Комус»

Очень удобно и наглядно то, что, например, при поиске товара, в разделе рядом с перечнем товаров, появляется соответствующий значок, а рядом с наименованием конкретного товара в скобках приведено количество разновидностей товара на сайте. При выборе конкретного товара в разделе, относящемся к категории товара, даны рекомендации по выбору.

На сайте интернет - магазина более подробную информацию о доставке товара, способах оплаты, возврате товара, программах и акциях, скидках, мобильном приложении можно узнать в соответствующих разделах, ссылки на которые удачно расположены на главной странице сайта.

Для оптовиков существует оптовый интернет-магазин «Комус» и своя страничка для профессиональных участников рынка, на которую можно перейти с главной страницы интернет-магазина.

На сайте предложена новая доступная программа «Mega Label Express». Самоклеящиеся этикетки уже давно вошли в бизнес и делопроизводство каждой компании, шагающей в ногу со временем. Собственная продукция компании «Комус» - самоклеящиеся этикетки «Mega Label» - весьма авторитетный, известный бренд на рынке бумажных изделий.

Оправданно утверждение, что сайт интернет-магазина «Комус» продуман до мелочей, учтены потребности конечного потребителя. Каждый элемент дизайна играет свою существенную роль в формировании мнения пользователя, все мелкие детали, как пазлы, складываются в общую картину, которую посетитель воспринимает положительно. Правильно подобранная цветовая гамма и текстура оформления, удобная структура сайта, выделенные главные элементы - все это учтено владельцем интернет-магазина «Комус» при создании сайта.

3 этап. Организация обслуживания клиентов.

Организация обслуживания клиентов интернет магазина «Комус» очень проста и осуществляется по схеме: шаг 1- выбор товара, шаг 2- оформление заказа, шаг 3- оплата товара, шаг 4- доставка и получение товара.

Выбрать товар можно, как непосредственно на сайте «Комус», так и скачав каталог товаров в формате pdf, и просмотрев его в удобное время и в удобном месте. При заказе товара на сумму 2000 рублей, покупатель становится участником новой программы «Я люблю Комус», и получает дисконтную карту, предоставляющую скидки на товары для дома и семьи, ряд эксклюзивных бонусов и возможность участвовать в акциях, разработанных специально для владельцев карт. Оплатить товар можно несколькими способами: наличный и безналичный расчет. Доставка заказа осуществляется в течение дня, выбранного для получения заказа. О приходе заказа в пункт самовывоза, покупателя бесплатно уведомляют по email, либо посредством sms – сообщения, о поступлении заказа в пункт самовывоза.

На товары, купленные в интернет-магазине «Комус», распространяются гарантии и предоставляется возможность возврата или обмена.

4 этап. Оценка эффективности работы сайта интернет - магазина «Комус».

Для оценки эффективности исследуемого интернет-магазина использована статистическая информация. Так, опубликованный 29 октября 2015 Data Insight и Ruward первый совместный рейтинг E-Commerce Index TOP-100 2015, а 28 июля 2016 - TOP-100 2016 (лето), позволил оценить эффективность работы сайта интернет - магазина «Комус». По каждому магазину собрана отдельная карточка со следующими данными: объем продаж, динамика продаж, количество размещенных заказов, динамика числа заказов, посещаемость, динамика посещаемости, конверсия, товарные категории, использование платежных систем на сайте, скорость загрузки сайта с расшифровкой деталей, безопасность сайта с расшифровкой деталей, степень анализа воронки магазином, количество SKU в магазине, платформа интернет-магазина, показатели эффективности SEO.

Интернет-магазин «Комус» по объему продаж занимает в этих списках 10 строчку, что говорит об успешной и стабильной работе исследуемого интернет-магазина (Рисунок 5).

Рисунок 5 – Место интернет-магазина «Комус» в рейтинге ТОП – 100 интернет-магазинов 2015.

Объем онлайн-продаж за 6 месяцев 2015 года (январь-июнь) в млн. рублей, включая НДС, составил 6 000 млн. рублей. За 12 месяцев 2015 года – 12 900 млн. рублей. Количество выполненных онлайн-заказов (в тысячах) за 6 месяцев 2015 года (январь-июнь) – 580, за 12 месяцев 2015 года – 1250. Средняя стоимость выполненного заказа, в рублях, включая НДС – 10300 рублей.

Индекс безопасности сайта (SiteSecure) составляет 8,25. Это говорит о высокой степени безопасности сайта интернет - магазина «Комус». Все проверяемые факторы безопасности были сгруппированы в 4 тематические подгруппы: «Наличие угроз для пользователей», «Обеспечение безопасности сайта», «Защита персональных данных», «Репутация надежности сайта». Каждому фактору был присвоен свой вес, независимо от других факторов. Индекс безопасности вычислялся, как сумма весов всех проверяемых факторов. Проверка сайта производилась при помощи облачного сканера SiteSecure, а также специально разработанными для исследования программными средствами и, по нескольким факторам, вручную. По результатам 6 месяцев 2015 года (январь-июнь), ассортимент товаров составлял 41000, в настоящее время ассортимент товаров составляет 49000 товаров, это говорит о том, что компания «Комус» и ее интернет-магазин ориентируются на требования покупателей, анализируют ассортимент конкурентов и постоянно работают над расширением товарной линейки интернет-магазина.

Позиции сайта интернет-магазина «Комус», представленные в Alexa рейтинг - рейтинговой системе, созданной alexa. com, контролирующей посещаемость пользователями различных Веб-сайтов, а также процент посетителей, приведены на рисунке 6.

Рисунок 6 – Рейтинг интернет-магазина «Комус» в России и за рубежом

Из данных анализа следует, что сайт занимает в мировом рейтинге 9841 место, в России - 436. 96,5 % посетителей сайта интернет-магазина «Комус» находятся в России, 1,1% - жители Украины и 0,7% - жители Казахстана.

Показатель отказов составляет 35,00%, ежедневный просмотр страниц - 10,00 на 1 посетителя. Процент посещения сайта интернет-магазина «Комус» из поисковой системы и ключевые слова, по которым осуществляется поиск сайта представлены на рисунке 7. Скорость загрузки сайта komus.ru по оценкам alexa.com быстрая (1.343 секунд), 65% сайтов медленнее загружаются.

С помощью сервиса pr-su.ru так же был проведен анализ сайта интернет-магазина «Комус». Тематический индекс цитирования (ТИЦ) определяет «авторитетность» интернет-ресурсов с учетом качественной характеристики ссылок на них с других сайтов. Основные параметры Яндекс ТИЦ -1100, Яндекс Rank 5 из 6.

Рисунок 7 – Процент посещения и ключевые слова поиска сайта интернет-магазина «Комус»

Это является достаточно высоким показателем популярности сайта. Сайт «Комус» включен в каталог «Яндекс. Каталог» в категории «Универсальное», в каталог Mail.ru в категории «Товары и услуги / Бумага и материалы для полиграфии», а так же присутствует в каталоге DMOZ.org.

Сбор статистических данных о работе сайта - один из важных этапов продвижения ресурса. Обработка данных о посещениях сайта предоставляет огромное количество необходимых для бизнеса сведений. Любой посетитель может быть потенциальным клиентом, поэтому владельцы сайтов стараются узнать о своих пользователях как можно больше информации. В этом им помогает статистика посещений. На сайте интернет-магазина «Комус» используется системы статистики Google Analytics и Yandex.Metrika. Сайт пользуется популярностью в социальных сетях. Созданы группы в «ВКонтакте», «Facebook».

Ссылки с Facebook индексируются поисковиками. И наибольшую пользу приносят лайки самой социальной странички компании. Именно такие ссылки учитываются поисковыми системами. Чем больше лайков получает страница в Facebook продвигаемого сайта, тем больше ссылок с разных страниц пользователей социальной сети будет стоять на продвигаемый сайт. Наибольшую ценность и вес, представляют лайки авторитетных аккаунтов и известных страниц. Это так же положительно сказывается и на трафике сайта.

Текст, который является заголовком страницы, обязательно должен нести полную информативность, чёткость, быть уникальным и варьироваться в размере от 10 до 70 символов. Заголовок страницы исследуемого сайта - «Интернет-магазин товаров для дома и офиса Комус: купить канцтовары, бумагу, хозтовары, подарки и мебель», его длина: 103 символа, что говорит о сложности поиска и отсутствии уникальности заголовка страницы. Возраст домена составляет 18 лет 3 месяца - Поисковые системы любят старые, тема-

тические домены с хорошей историей (без фильтров, спама, черного сео и т.п.), SSL - сертификат шифрует важные данные вроде информации о кредитной карте, и не позволяет им попасть в чужие руки. Учитывая уровень угрозы мошенничества и электронного воровства, эта мера безопасности помогает заработать доверие клиентов. Для продвижения сайтов коммерческой направленности важна конфиденциальность обмена информацией между сервером и посетителями. Это повышает лояльность потенциальных клиентов к ресурсу и увеличивает его уровень доверия. Это влияет на конверсию ресурса и на рост позиций в выдаче практически по всем запросам.

У сайта есть Favicon - картинка специального формата, которая отображается рядом с адресом сайта в поисковой системе и в адресной строке. Это делается для того, чтобы выделить свой сайт.

Мобильные устройства изменили наше общество. Все больше людей постоянно общаются и ищут информацию с их помощью. Во многих странах насчитывается больше смартфонов, чем компьютеров.

Адаптировать сайт для просмотра на небольшом экране очень важно, поскольку большинство пользователей наверняка будет переходить на сайт интернет-магазина именно с помощью мобильного устройства. Сайтом интернет-магазина «Комус» не совсем удобно пользоваться в мобильных устройствах, это подтверждается тем, что ширина страницы превышает ширину области экрана, из-за чего пользователям приходится прокручивать ее по горизонтали (Рисунок 9). Так же затрудняет чтение слишком маленький размер шрифта. Приходится постоянно масштабировать сайт, чтобы прочитать мелкий текст, а это очень раздражает пользователя. На странице есть всплывающие окна. При просмотре сайтов на мобильных устройствах такие объявления частично или полностью закрывают контент, а это мало кому понравится. В некоторых случаях всплывающие объявления созданы таким образом, чтобы пользователю было сложно закрыть их. Поскольку экраны мобильных устройств обычно невелики, всплывающие объявления могут доставлять существенное неудобство.

Seo анализ сайта komus.ru так же был проведен с помощью сервиса проверки траста xt в Яндексе xtool.ru. Траст это воображаемый показатель, который отражает уровень доверия поисковых систем к данному web-сайту. Воображаемый потому, что измерить его точное значение нереально, можно лишь приблизительно его оценить, принимая в внимание и возраст сайта и его посещаемость, ссылки на этот сайт и многое другое.

По посещаемости сайта и средней скорости обновления сайта интернет-магазина «Комус» можно судить о его популярности. Наглядно история изменения посещаемости представлена на рисунке 8.

Рисунок 8 - История изменений посещаемости сайта komus.ru

Далее приведены результаты оценки работы сайта интернет – магазина «Комус» с помощью сервиса Сайт Репорт: аудит внутренних факторов сайта. В этом анализе так же отражена статистика посещений и посетителей сайта. На рисунке 9 отражена посещаемость сайта интернет-магазина «Комус» на 9 часов утра (739 чел), а в среднем в день - 8-9 тысяч человек посещают сайт интернет-магазина. Это говорит о его популярности, хорошей организации работы интернет-магазина и комфортном интерфейсе сайта.

Статистика посещений		
	Посещений	Переходов
В месяц	1383046	31184678
В неделю	465685	9358784
В день	89815	1426422
Сегодня	739	5789
Онлайн	421	6443

Рисунок 9 – Статистика посещений

Сайт интернет-магазина «Комус» посещает 30% женщин и 70% мужчин. Средняя продолжительность загрузки страницы, по мнению интернет-комьюнити, должна составлять не более двух секунд. Исследуемый сайт загружается быстрее. По результатам исследований, ускорение работы сайта приводит к увеличению количества просмотров страниц посетителем ресурса в течение одной сессии. Практически восемьдесят процентов пользователей

утверждают, что в случае если страница загружается медленно, вероятность того что они вернутся на данный ресурс, ничтожно мала. Скорость загрузки сайта интернет-магазина «Комус» представлена на рисунке 10.

Рисунок 10 – Скорость загрузки сайта интернет-магазина «Комус»

Статистика ресурсов сайта — это изображения, подключаемые css-стили, шрифты, js-файлы и так далее, а также внешние ссылки как сторонние ресурсы. Важно, чтобы все они корректно загружались и отображались, так как ресурсы участвуют в корректном формировании страниц. Например, неприятно, когда страница пытается показать несуществующее изображение или из-за отсутствующего файла со стилями CSS «развалилась» вёрстка страниц. Также важны объём и скорость загрузки ресурсов. Так как страница окончательно формируется в браузере только после загрузки всех подключённых ресурсов, "тяжёлые" картинки или скрипты могут существенно замедлить загрузку страницы у пользователей и крайне негативно повлиять на поведенческие факторы и удобство пользования вашим сайтом.

Всего на сайте интернет-магазина «Комус» найдено 305 ресурсов и 41 исходящая внешняя ссылка (Таблица 1). Некоторые из них работают с ошибками. Следует грамотно оптимизировать баланс количества ресурсов на странице, не стоит перенасыщать страницу изображениями, поскольку так или иначе все они замедляют загрузку страницы, но и не стоит ими пренебрегать.

Таблица 1 – Статистика ресурсов сайта интернет-магазина «Комус»

Ресурс	Количество
Изображения ()	258
CSS файлы (<link href>)	27
Javascript файлы (<script src>):	20
Всего	305

На рисунке 11 изображены данные о позиции сайта интернет-магазина «Комус» в поисковых системах.

Рисунок 11 - Позиции сайта в поисковых системах Яндекс и Google

В данном отчёте отображены найденные позиции с последними изменениями и трафик по ключевым словам в поисковых системах. На сайте интернет-магазина «Комус» присутствует сложный по оценке удобочитаемости текст. Это вызывает сложности у посетителей сайта. Всего на сайте слов – 20383. Сложный текст составляет- 81,5%.

На сайте исследуемого интернет-магазина преобладает средний показатель релевантности (Рисунок 12). Релевантность — семантическое соответствие поискового запроса и поискового образа документа. Средний показатель релевантности означает, что запрос в недостаточной мере представлен на странице и следует провести дополнительные работы по оптимизации, если запрос действительно важен. Высокий показатель релевантности означает, что запрос представлен в достаточной мере и исправлять ситуацию не нужно. Сверхвысокий показатель релевантности означает, что страница, скорее всего, переоптимизирована и следует убрать количество вхождений запроса или слов из него в текст.

Рисунок 12 – Число слов и релевантность сайта интернет-магазина «Комус»

Таким образом, можно сказать, что проведенная с помощью изучения нескольких сервисов оценка интернет-магазина по продаже товаров для офиса и компьютерной техники «Комус» (www.komus.ru) показывает, что сайт интернет-магазина имеет достаточно надежную репутацию и безопасность, исследуемое предприятие является надежным по многим параметрам, легким в использовании, а так же одним из самых популярных в России, и, по достоинству, занимает высокое 10 место по объему осуществляемых продаж в рейтинге ТОП-100 интернет - магазинов России 2016. Можно дать оценку сайту как «Хороший сайт».

Подытоживая выше представленную оценку эффективности работы сайта интернет-магазина «Комус», целесообразно рекомендовать внедрение ряда предложений в практику его деятельности:

- оптимизировать содержание текста заголовка страницы, придать ему четкость, уникальность и полноту информативности;
- свести размер изображений к минимуму: это ускорит загрузку ресурсов;
- для мобильных устройств уменьшить ширину страницы и увеличить шрифт;
- отказаться от всплывающих окон при просмотре страниц сайта;
- расширить диапазон регионов, в которые будет осуществляться доставка курьером товаров интернет-магазина «Комус».

При продолжении работы над организацией работы интернет - магазина компания «Комус» способна не только сохранить, но и значительно упрочить лидирующие позиции в российской розничной торговле, на российском рынке товаров для офиса и компьютерной техники

Приведенный в настоящей статье алгоритм оценки работы сайта исследуемой компании, позволит оценить работу сайта любого интернет-магазина, с целью определения преимуществ и недостатков и поиска путей совершенствования в организации работы.

Литература

1. Ахромов, Я. В. Системы электронной коммерции [Текст]: учеб. пособие для вузов / Я. В. Ахромов. – М.: Оникс, 2013. – 416 с. – ISBN 978-5-488-00970-7.
2. Балабанов И.Т. Торговля через виртуальный магазин [Текст] / И. Т. Балабанов // Электронная коммерция, 2014. – С. 195-197.
3. Горнаков, С. Г. Осваиваем популярные системы управления сайтом (CMS) / С. Г. Горнаков. – М.: ДМК, 2013. – 338 с.
4. Паршенцев А.А. Проблема и перспективы развития электронных магазинов [Текст] / А. А. Паршенцев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 3. – С. 84
5. Экслер, А. Создание и раскрутка сайтов в Internet / А. Экслер. – М.: ИТ Пресс, 2012 – 208 с.
6. Принцип работы Интернет-магазина.
<http://idivpered.ru/2012/06/princip-raboty-internet-magazina/>
7. <http://www.insales.ru>
8. <http://informada.ru>
9. <http://www.russtartup.ru>
10. <http://tebiz.ru>
11. <http://www.alexa.com>
12. <https://xtool.ru>
13. <https://saitreport.ru>
14. <https://komus.ru>

Средства маркетинга в управлении ассортиментом товаров на розничном торговом предприятии

А.А. Манохова, студент

*Научный руководитель: Н.В. Туева, к.б.н., доцент
Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье представлен современный маркетинговый подход к анализу торгового ассортимента с позиций рассмотрения его конкурентоспособности, приведен результат использования маркетингового метода анализа конкурентоспособности предприятия «многоугольник конкурентоспособности» в качестве метода анализа ассортимента торгового предприятия.

Ключевые слова: торговый ассортимент, маркетинговые исследования, конкурентоспособность предприятия, многоугольник конкурентоспособности, маркетинговые решения.

Abstract. The article presents a modern marketing approach to the analysis of the trading range with the positions of the consideration of its competitiveness, given the result of using the marketing method of analysis of competitiveness of the enterprise "polygon of competitiveness" as a method of analysis of the assortment of the trade enterprise.

Keywords: sales, marketing researches, enterprise competitiveness, the competitiveness polygon, and marketing solutions.

Розничная торговля на современном этапе развития экономики отличается определенной спецификой функционирования предприятий. Они вынуждены изо дня в день укреплять свои позиции на рынке товаров и услуг, завоевывать новых потребителей, модернизировать и совершенствовать реализуемую продукцию. Для того чтобы оставаться конкурентоспособным, предприятие разрабатывает комплекс коммерческих решений, важной составляющей которого является процесс управления товарным ассортиментом. Требования покупателей с каждым днем возрастают, ведь они готовы платить за тот товар, который будет качественным, оригинальным, практичным, удовлетворяющим максимум потребностей. По этой причине производитель обязан учитывать постоянно возрастающие запросы клиентов и поставлять предприятию продукцию, которая будет пользоваться регулярным спросом.

Формирование ассортиментной политики и управление ассортиментом в настоящее время являются актуальной проблемой для предприятий розничной торговли, так как помогают выявить их конкурентные преимущества. При этом использование маркетингового подхода должно основываться на потребительских предпочтениях, а также обеспечивать высокий уровень рентабельности предприятия, поэтому руководство компаний зачастую обращаются за помощью к специализированным организациям (маркетинговым и консалтинговым агентствам).

Торговый ассортимент, сформированный с учетом маркетингового подхода, включает в себя товарные группы, отвечающие следующим условиям:

- удовлетворение однотипных прямых и сопряженных потребностей, то есть выполнение одних и тех же функций (например, продукты питания или средства гигиены);
- ориентация ассортимента товаров на определенные целевые группы покупателей в зависимости от типа торгового предприятия;
- ценовая политика реализуемой продукции должна соответствовать уровню дохода данных целевых групп потребителей.

Принимаемые на предприятии розничной торговли маркетинговые решения в сфере закупок могут быть ориентированы на товары:

- местных производителей;
- импортеров;
- с низкой ценовой политикой;

- закупаемые малыми партиями;
- известных торговых марок. [1, с.108]

Для увеличения прибыли и сокращения издержек обращения необходимо проводить маркетинговый анализ каждого ассортиментного направления, чтобы выделить среди них инвестиционно привлекательные, а также выявить новые рынки сбыта наиболее выгодных для предприятия товаров и услуг.

Использование маркетинговых средств в управлении ассортиментом предполагает проведение следующих мероприятий: анализ продаж, анализ закупки, планирование продаж, оценку конкуретоспособности.

В качестве объекта исследования выступает ООО «Сервис Гарант». Компания успешно функционирует на рынке города Оренбурга уже 8 лет и занимается специализированной розничной торговлей непродовольственными товарами, а именно: бытовыми электротоварами, радио- и телеаппаратурой; производством столярных и плотничных работ; исследованием конъюнктуры рынка. Рассмотрим более подробно, как осуществляется реализация маркетинговых средств в управлении ассортиментом на данном предприятии.

Анализ продаж позволяет просмотреть динамику продаж по каждой товарной группе по различным критериям. Рассматривая структуру продаж ООО «Сервис Гарант» по реализуемым товарным группам за период 2014-2015 г., видим, что наибольший удельный вес в объеме продаж занимают сплит-системы; в 2015 г. наблюдается значительное снижение выручки от реализации антенн (на 2,2%), незначительное снижение – спутниковое телевидение (0,7) и комплектующие (0,6). Объемы продаж по сплит-системам и видеонаблюдению остаются стабильными. Такая ситуация складывается в силу воздействия таких факторов, как изменяющаяся структура потребностей и спрос населения, уровень денежных доходов клиентов, инфляционные процессы, а также психографические и поведенческие факторы.

Анализ продаж по поставщикам позволяет сформировать политику закупок, ценовую политику и выделить стратегических поставщиков. В данном случае предприятие может определить следующие показатели: объемы продаж в разрезе различных поставщиков; крупных (стратегических), средних и мелких поставщиков; динамику продаж по каждому поставщику.

В ООО «Сервис Гарант» к 2015 г. наблюдалось увеличение темпов роста закупки товаров у 3 поставщиков: ООО «Русклимат», ООО «Спутник», ООО «Нимал», а у ООО «Первая спутниковая компания» - незначительное уменьшение. Одной из важнейших причин снижения закупок товаров у ООО «Первая спутниковая компания» стала уценка поставленной продукции в связи с потерей их качества и снижение спроса у потребителей на продукцию этих поставщиков. В то время как увеличение закупочной деятельности у ООО «Русклимат», ООО «Спутник», ООО «Нимал» свидетельствует о стабильной ценовой политике данных поставщиков, поэтому «Сервис Гарант» старается заключать с ними договоры с фиксированными ценами на длитель-

ный период времени. Еще одним преимуществом стоит назвать поставку партий товаров в точно указанный срок и наличие продукции, пользующейся постоянным спросом у покупателей.

Важным маркетинговым средством в управлении ассортиментом является планирование продаж. Данное мероприятие призвано решать следующие задачи:

- постоянное совершенствование и обновление ассортимента;
- поддержание оптимального соотношения между товарами-новинками, усовершенствованными товарами и устаревшими видами продукции;
- обеспечение рациональной ассортиментной структуры;
- вывод на рынок продуктов с принципиально новыми и усовершенствованными характеристиками;
- исключение из ассортиментного перечня нерентабельных товарных позиций. [2, с. 37]

Процесс планирования продаж в ООО «Сервис Гарант» включает в себя следующие этапы:

- 1) анализ выпускаемого товарного ассортимента в зависимости от специфики предприятия и определение его структуры (использование ABC-анализа);
- 2) анализ внутренних (например, кадровая политика, наличие оборотных средств) и внешних (изменение потребительского спроса, достижения науки и техники) факторов, влияющих на процесс формирования ассортимента;
- 3) анализ удовлетворенности покупателей сформированным ассортиментом, выявление нового или неудовлетворительного спроса;
- 4) формирование проектного плана ассортимента на будущие периоды с выделением ассортиментных групп и позиций на основании предыдущих этапов;
- 5) анализ финансовых возможностей пересмотра ассортимента (например, затраты связанные с реализацией товаров-новинок).

Проведение маркетинговых исследований при формировании ассортиментной политики может быть направлено на выявление потребностей клиентов и на поиск новых ассортиментных ниш. В результате руководство предприятия получает информацию в области комплексного исследования потребителя и рынка; планирования ассортимента товаров и ценовой политики; разработки необходимых действий для более полного удовлетворения спроса; выявления потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей; планировании сбыта; разработки мер по совершенствованию процесса управления ассортиментом.

В статье представлена конкурентная ситуация компании ООО «Сервис Гарант» (г.Оренбург), осуществляющей реализацию следующих товарных категорий: антенны, кондиционеры, сплит-системы, системы видеонаблюдения. Основными конкурентами данной организации являются:

- на рынке кондиционеров и сплит систем: «МорозКо», «ХоумКлимат», «УралСтройКлимат», салон климата «Рембытсервис»;
- на рынке систем видеонаблюдения: «Бриг-СБ», «Forward», «RED Point», «Контроль-СБ», группа компаний «Интеграл», «Академия климата»;
- на рынке спутниковых антенн: «Мир антенн», «Теледруг», «Карт Бланш», «Альфамастер», «Аргус».

Возможности главных конкурентов по важнейшим критериям конкурентоспособности ассортимента, сопоставлены с возможностями ООО «Сервис Гарант», посредством использования десятибалльной шкалы оценки. В таблице 1 представлена балльная оценка единичных критериев анализа конкурентоспособности ассортимента всех трёх предприятий. (Табл. 1).

Таблица 1 - Балльная оценка единичных критериев анализа конкурентоспособности ассортимента

Критерии конкурентоспособности	ООО «Сервис Гарант»	ООО «Теплосила»	ООО «Климат 56»
Цена товара	7	5	10
Качество товара	9	4	6
Внешний вид	6	9	5
Практичность применения	10	6	8
Срок службы	9	9	7
Новизна товара	4	6	8
Экологические характеристики	6	8	2
Соответствие стандартам	8	3	5
Гарантийное обслуживание	8	5	8
Уникальность дополнительных услуг	5	3	7

По результатам оценки, позиции ООО «Сервис Гарант» по некоторым критериям превосходят конкурентов, но определены и слабые критерии, например, новизна товара, уникальность дополнительных услуг, которые снижают конкурентные позиции исследуемой компании, в связи с чем, требуют незамедлительного устранения выявленных проблем.

На основе оценки единичных критериев конкурентоспособности ассортимента, построен многоугольник конкурентоспособности (Рис. 1).

Р

ис-
уно
к 1 -
Мн
ого
уго
льн
ики
кон
ку-

рентоспособности конкурирующих предприятий по показателю «конкурентоспособность ассортимента»

Важной особенностью данного метода оценки конкурентоспособности предприятия является следующее правило: чем больше площадь многоугольника для каждого конкретного предприятия, тем выше его конкурентоспособность. [3, с. 199]

Переложив данное правило на исследуемый параметр – «конкурентоспособность ассортимента», - можно его интерпретировать аналогичным образом: чем больше площадь многоугольника для каждого конкретного предприятия, тем выше конкурентоспособность его ассортимента. Очевидно, главным недостатком такого метода является отсутствие прогнозной информации относительно способов и путей улучшения деятельности компании по оптимизации ассортимента.

К основным достоинствам метода можно отнести:

- графическое представление данных и возможность оценки конкурентоспособности ассортимента по единичным критериям и в целом по всему ассортиментному портфелю;
- определение путей повышения конкурентоспособности ассортимента по выделенным направлениям;
- возможность выбора оценочных критериев, в зависимости от типа предприятия, его специализации, рыночной ниши или отрасли.

В заключении следует отметить, что представленный в статье маркетинговый подход с использованием метода «многоугольник конкурентоспособности» в качестве метода оценки конкурентоспособности ассортимента эффективен, и может быть использован специалистами в области коммерции и маркетинга при решении задач оптимизации ассортимента и принятия своевременных управленческих решений относительно ассортиментной политики в условиях конкуренции.

Литература

1. Парамонова Т.Н. *Маркетинг торгового предприятия: Учебник для бакалавров* / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич; под. ред. д.э.н., проф. Т.Н. Парамоновой. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2013. – 284 с.
2. Прушковская Е.Е. *Использование средств маркетинга в управлении ассортиментом предприятий розничной торговли* // *Вопросы структуризации экономики*. -2008. - № 3, том 1.
3. Туева Н.В., Манохова А.А. *Адаптация многоугольника конкурентоспособности как метода анализа торгового ассортимента* // *Новая наука: Теоретический и практический взгляд*. - 2016. - № 10-1. – С. 197-201.

Оценка уровня соответствия фактически оказываемых торговых услуг стандартным требованиям

О.С. Горшенина, студент

*Научный руководитель: Н.В. Туева, к.б.н., доцент
Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В материалах статьи продемонстрировано установление уровня соответствия фактически оказываемых в магазине «Terranova» (г. Оренбург) услуг требованиям стандарта ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования» № 769-ст. по группам комплексных и видам единичных качественных показателей.

Ключевые слова: торговое обслуживание, коэффициент дополнительного обслуживания, услуга, культура обслуживания.

Abstract. The article demonstrates the establishment of the level of compliance in fact provided to the store "Terranova" (Orenburg) services the requirements of the standard GOST R 51304-2009 "Services trade. General requirements" no. 769-St. to the groups of complex and single quality indicators.

Keywords: trading service, the coefficient of additional maintenance, service, service culture.

Произошедшая в последние десятилетия переориентация внутренней торговли на рыночный механизм экономических отношений требует решения не только экономических, но и, даже в большей мере, социальных задач ее функционирования и развития. В этой связи большое значение имеет управление качеством торгового обслуживания населения, что, с одной стороны, обеспечивает определенные конкурентные преимущества розничным торговым организациям на потребительском рынке России, а, с другой — дает возможность качественно по-новому решать социальные задачи развития нашего общества, направленные на улучшение уровня жизни населения страны [4, с.5].

Торговое обслуживание - это комплексное понятие, которое включает в себя такие понятия, как «качество торгового обслуживания», «культура торговли», «культура обслуживания», «уровень обслуживания», « в основе этих понятий лежит забота о покупателе, который должен иметь возможность с наименьшими затратами времени и наибольшими удобствами приобрести в торговле всё необходимое». [3, с.54, 4, с.5]. В современных условиях торговое обслуживание следует рассматривать как системную структуру, позволяющую обеспечить высокую культуру в отношениях с покупателями, более полно реализовать профессиональные качества персонала, применять современные технологии и информационное воздействие в процессе продажи и способствующую значительному повышению конкурентоспособности розничного торгового предприятия.

Потребители будут совершать покупки там, где им удобнее, где их обслуживают на высоком уровне, где они имеют возможность найти необходимый товар за относительно короткий промежуток времени и с достаточно высокой долей безопасности для своего здоровья, а самое главное, где представлен большой спектр дополнительных услуг магазина. [3, с.23].

Предпринимательство в сфере торговли обязывает владельцев предприятий, при осуществлении обслуживания потребителей, быть информационно грамотным, знать и соблюдать требования нормативно-правовых актов, устанавливающих требования и правила оказания услуг розничной торговли. В соответствии с общими требованиями к деятельности предприятий сферы торговли, стандартом предусмотрены обязательные для соблюдения индивидуальными предпринимателями и предприятиями всех форм собственности, осуществляющих деятельность в торговой сфере, виды торговых услуг.

Для решения задач по совершенствованию качества предоставляемых торговых услуг, первым этапом выступает установление уровня соответствия фактически оказываемых на конкретном профильном предприятии услуг требованиям стандартов по группам комплексных и видам единичных качественных показателей [4, с.11,13].

В материалах статьи продемонстрировано установление уровня соответствия фактически оказываемых в магазине «Terranova» (г. Оренбург) услуг требованиям стандарта ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования» № 769-ст. по группам комплексных и видам единичных качественных показателей.

Кратко представим объект исследования в материалах статьи. «Terranova» – это марка модной одежды, появившаяся на рынке еще в 1961 году. Она принадлежит компании Teddy S.p, которая в наше время является одной из самых крупных на международном рынке потребительских товаров. Товары, которые продаются под брэндом «Terranova», реализуются более чем в двадцати пяти странах мира. Среди которых США, Испания, Италия, Германия, также во многих регионах России функционируют магазины, реализующие данный бренд одежды. Ассортимент продукции, выпускаемой компанией «Terranova», довольно широк - это качественная недорогая мужская и женская одежда, а также аксессуары. Одежда брэнда «Terranova» отличается эффективным сочетанием итальянского качества и демократичных цен [5, 6].

Оценка соответствия предоставляемых магазином «Terranova» услуг требованиям ГОСТа Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования» представлена в таблице 1. Для оценки использован балльный метод, со шкалой от 0 до 5 баллов.

Уровень фактического соответствия оказываемой услуги требованиям ГОСТа оценивался баллами:

- 5 баллов: высокий уровень соответствия;
- 4 балла: относительно средний уровень соответствия (выше среднего);
- 3 балла: удовлетворительный уровень соответствия;

- 2 балла: уровень соответствия ниже удовлетворительного;
- 1 балл: неудовлетворительный уровень соответствия;
- 0 баллов: услуга отсутствует.

Таблица 1 - Оценка соответствия услуг магазина «Terranova» требованиям ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования» [1]

Виды услуг (комплексный показатель)	Содержание услуг (единичные показатели)	Уровень соответствия(баллы)*
1.Реализация товаров покупателю	-ознакомление покупателей с товарами;	5
	- показ или демонстрацию товаров или образцов товаров покупателям;	5
	-консультация покупателей;	4
	-выбор товаров покупателями;	5
	-организация расчета за товары;	5
	-выдачу купленных товаров;	0
	-доставка купленных товаров по заказу.	0
2.Оказание помощи покупателю в совершении покупки	-прием и исполнение предварительных заказов на продукцию, имеющуюся в наличии (или временно отсутствующие в продаже);	0
	-комплектование заказов на товары и их упаковку;	0
	-организация доставки товаров покупателям на дом или к месту заказа;	0
	-упаковка купленных товаров;	5
	-демонстрация в действии новых товаров;	0
	-предоставление кабин для примерки товаров;	4
	-демонстрация моделей одежды;	5
	-подгонка по фигуре покупателя и мелкую переделку купленной одежды;	0
	-организация послепродажного обслуживания приобретенной продукции.	0
3.Информационно-консультационные услуги для покупателей	-предоставление информации о товарах и их производителях, об оказываемых услугах;	4
	-консультация специалистов по продаже товаров отдельных видов, в том числе по их назначению и применению;	4
	-услуги по рекламированию товаров, включая проведение рекламных презентаций товаров;	4
	- организация выставок и ярмарок по продвижению и реализации продукции отдельных видов товаров.	0
4.Дополнительные услуги для покупателей	-организация мест (зон) отдыха покупателей;	0
	- организация комнаты матери и ребенка;	0
	-гарантированное хранение купленных товаров;	5
	- гарантированное хранение вещей покупателей;	0
	- организация стоянок такси на территории крупных торговых объектов;	0
	-предоставление организованной стоянки (парковки) для автомобилей покупателей и другие услуги.	0

При совершении покупки потребитель обращает внимание на имидж торговой сети, комфорт и на минимальные затраты времени. Предоставляемые услуги сопровождаются приобретением товара и послепродажным сервисным обслуживанием. Структура торгового процесса в магазине «Terranova» формируется из реализации товаров, обслуживания покупателей и оказания послепродажных услуг торгового сервиса [5]. Список оказываемых услуг регулируются руководством, и зависит от наименования продаваемых товаров с учетом специализации и расположения магазина, особенностей обслуживания сегмента покупателей и совместимости услуг.

По данным таблицы 1 следует констатировать объективные выводы об оценке соответствия предоставляемых магазином «Terranova» услуг требованиям ГОСТа Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования» [1].

1. Для единичных стандартных качественных показателей первой группы комплексного показателя услуг «реализация товаров покупателям» характерна следующая оценка.

Наивысший балл получили такие показатели оценки услуг по реализации товаров, как: «показ, демонстрация, ознакомление, выбор товара покупателями, организация расчетов, упаковка». Весь ассортимент магазина «Terranova» находится в свободном доступе в торговом зале, покупатели самостоятельно могут выбрать нужный товар, чтобы удовлетворить свои потребности, при необходимости, обратиться за консультацией и помощью к персоналу, что, в свою очередь, положительно сказывается на качестве предоставляемых услуг.

Расчет и упаковка за товары является неотъемлемым элементом процесса продажи, поэтому качество организации и выполнения этих торговых операций существенно влияет на уровень обслуживания. В магазине «Terranova» расчет может осуществляться как наличными, так и безналичными средствами, а также посредством перевода на расчетный счет магазина, в связи с чем, показателю «организация расчета за товары» также выставлен максимальный балл.

Средний уровень соответствия характерен для такого показателя как «консультация покупателей», поскольку, в магазине, зачастую, наблюдается нехватка продавцов-консультантов, особенно в выходные и праздничные дни, когда поток покупателей увеличивается в два раза относительно будних дней. Отсутствие такого показателя услуги, как «выдача и доставка купленных товаров» объясняется тем, что данный вид не предусмотрен специализацией магазина «Terranova».

2. Для единичных стандартных качественных показателей второй группы комплексного показателя услуг «оказание помощи покупателю в совершении покупки» характерна следующая оценка.

Высокий уровень соответствия имеют показатели «упаковка купленных товаров» и «демонстрация моделей одежды». Что касается упаковки, данная услуга осуществляется грамотно, четко быстро, в фирменные бесплатные пакеты. Демонстрация моделей одежды осуществляется путем пред-

ставления на манекенах товаров, с использованием подхода «total look» (готовый образ), оформления витрины манекенами, с демонстрацией новых коллекций одежды «весна-лето», «осень-зима».

Средний (выше среднего) уровень соответствия имеет показатель «предоставление кабин для примерки одежды». В магазине «Terranova» оборудована одна общая примерочная как для мужчин, так и для женщин, что отрицательно влияет на качество предоставляемых услуг. Целесообразно разграничить зоны примерки для мужчин и женщин.

Другие виды единичных показателей оценки предоставления комплексной услуги «оказание помощи покупателю в совершении покупки» отсутствуют.

3. Для единичных стандартных качественных показателей третьей группы комплексного показателя услуг «информационно-консультационные услуги для покупателей» получена, в основном, средняя оценка.

В магазине «Terranova» средний уровень соответствия получили такие показатели услуги, как «консультация специалистов об изготовителях, о продаже товаров отдельных видов товаров, в том числе по их назначению и применению и об оказываемых услугах», из-за нередкого непрофессионализма продавцов-консультантов, в том числе, по причине незнания требуемой покупателями информации о товарах.

Организация выставок и ярмарок для демонстрации товаров и его продвижения отсутствует.

4. Для единичных стандартных качественных показателей четвертой группы комплексного показателя «дополнительные услуги для покупателей» характерна ниже представленная оценка.

Высший баллом оценен показатель «хранение купленных товаров» - это единственная услуга четвертой группы показателей, присутствующая в комплексе сервиса. Однако, товары хранятся не в специально отведенном месте, а на кассе, что не совсем соответствует принятому стандарту предоставления подобных услуг.

В магазине «Terranova» отсутствуют места зоны отдыха покупателей, зоны ожидания ожидания покупателей, что негативно отражается на качестве услуг в целом. Поскольку, магазин находится в крупном торговом центре, то такие дополнительные услуги, как предоставление комнаты матери и ребенка, гардероба, стоянки и парковки для автомобилей и остановки общественного транспорта, организованы централизованно администрацией комплекса.

Из представленных в таблице данных и описательного материала, очевидно, что выбор торговых услуг в магазине «Terranova» ограничен, что позволяет предположить, что, в целом, для данного предприятия характерен низкий уровень качества торгового обслуживания.

На основе полученных данных рассчитан коэффициент дополнительного обслуживания покупателей следующим образом:

$$K_d = (13:27) + (13:27) + (13:27) + (13:27):4 = 0,48$$

Подводя итог, очевидно, что уровень соответствия предоставляемых магазином «Terranova» услуг требованиям ГОСТа Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования», ниже среднего (менее 0,5), по причине ограниченности предоставления стандартных услуг покупателям магазина.

Как следствие, с целью сохранения своих конкурентных преимуществ, своего сегмента постоянных покупателей, привлечения новых клиентов, оказания торговых услуг на достойном уровне, руководству магазина «Terranova» целесообразно внедрить в коммерческую практику деятельности предприятия не только стандартный набор услуг, но и разработать конкурентно способную программу сервисного обслуживания клиентов, включающую востребованные потребителем услуги, не включенные в стандарт.

Таким образом, для решения задач по совершенствованию качества предоставляемых услуг, в том числе торговых, приоритетным этапом выступает установление уровня соответствия фактически оказываемых на конкретном профильном предприятии услуг требованиям стандартов по группам комплексных и видам единичных качественных показателей. С этой целью используется представленная номенклатура показателей, рекомендованная для оценки качества услуг торговли [4, с.22].

Литература

1. Приказ Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии «ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования» от 15.12.2009г. № 769-ст.
2. Пономарева, Т.А. Качество услуг: качественные параметры оценка. // *Маркетинг в России и за рубежом*. - 2015. - N 1.-С.47-58.
3. Пантелеева, Т. А. Классификация видов и методов оценки качества услуг // *Научное обозрение*. - 2016. - № 4. - С.71-75.
5. Официальный сайт магазина «Terranova». [интернет-ресурс] URL: <http://www.terrastyle.com/> (дата обращения 16.01.2017)
6. Сайт Российская Ассоциация Франчайзинга [интернет-ресурс] URL: <http://www.ru.rusfranch.ru/> (дата обращения 01.05.2016)

Значение PR для промышленных предприятий

Непрокина Ю. Н., студент
Научный руководитель: Лекарева Ю. С., к.э.н., доцент
Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В данной статье рассматривается роль PR для промышленных предприятий. Выделяются основные цели и задачи применения PR-

технологий. Приведены примеры PR-технологий в деятельности промышленного предприятия ОАО «Завод бурового оборудования».

Ключевые слова: PR-технологии, маркетинг, продвижение, СМИ, реклама, интернет.

Abstract. This articles takes upon the role of PR in a production enterprise. The major challenges in the application of public relations are highlight. Examples of PR-technologies are conducted in the industrial activity of J/SC «Zavod burovogo oborudovaniya» (Drill Equipment Factory).

Key words: PR-technologies, marketing, promotion, media, publicity, Internet.

В последние годы PR-технологии широко используются во многих отраслях экономики, а само понятие Public Relations не сходит со страниц прессы.

Сегодня PR активно развивается в таких сферах, как государственная, финансовая, общественная, образовательная, промышленная и пр.

Типичными целями в области PR для промышленных предприятий являются следующие:

- повышение известности в деловой среде;
- укрепление репутации на рынке;
- организация общественного мнения;
- формирование взаимоотношений с общественными организациями;
- связи со средствами массовой информации;
- связи с внутренней общественностью.

Связи со СМИ (mass-media relations) важны для любой компании, но, к сожалению, иногда об этом вспоминают тогда, когда в СМИ появляется какая-либо негативная информация. Если в рекламе СМИ являются только каналом для передачи сообщений, то в пиаре СМИ – отдельная специфическая аудитория, взаимоотношения с которой могут, как помочь предприятию, так и навредить, в случае, если они не налажены или непрочны [3].

Главной задачей PR для промышленных предприятий является определение самого объекта продвижения, что позволит создать стабильный имидж с большим запасом прочности, способного выдержать возможные потрясения со стороны конкурентов и способствует его положительной репутации.

Рассмотрим роль общественного мнения на материалах производственного предприятия. Открытое акционерное общество «Завод бурового оборудования» расположено в Российской Федерации, Приволжском Федеральном округе, Оренбургской области, г. Оренбурге.

Завод бурового оборудования основан в январе 1957 года на базе Центральных ремонтных мастерских города Оренбурга. Первое десятилетие завод отметил вводом в эксплуатацию нового производственного цеха, что позволило начать выпуск запасных частей к тяжелому нефтяному

оборудованию – буровым насосам, лебедкам, освоен капитальный ремонт бурового оборудования.

В 1994 году предприятие преобразовано в Акционерное общество открытого типа «Завод бурового оборудования», в 1996 году – открытое акционерное общество «Завод бурового оборудования». В середине 90-х годов предприятие успешно освоило производство геологоразведочных труб с приварными замками. Значительно расширился ассортимент выпускаемой продукции, заложена основа для дальнейшего технологического прорыва и создания современной конкурентоспособной продукции для передовых отраслей отечественной экономики.

Маркетинговая стратегия предприятия предусматривает последовательное прохождение ряда стадий продвижения продукции для реализации определенных задач.

Первой задачей продвижения является информирование, которое происходит через следующие каналы коммуникации:

1. Пресса (размещение информационных статей в профессионально ориентированных журналах; размещение рекламных модулей в целевых изданиях);

2. Интернет маркетинг (продвижение официального сайта компании: продвижение в социальных сетях; контекстная реклама в поисковых сетях);

3. PR (рассылка и публикация пресс-релизов (профессионально ориентированные порталы, интернет версии журналов); регистрация и присутствие в профессиональных интернет сообществах; участие в тематических выставках; организация и проведение конференции на базе завода; заочное участие в профессиональных мероприятиях (семинарах, форумах и тд.));

4. Прямой маркетинг (e-mail рассылка; директ рассылка каталогов).

Второй задачей продвижения является позиционирование продукта и формирование лояльности, которая осуществляется через:

1. Пресса (размещение научных статей в профессионально ориентированных журналах; публикация бизнес кейсов и результатов испытаний; размещение рекламных модулей в целевых изданиях);

2. Интернет (наполнение официального сайта компании материалами (каталоги, отзывы, результаты испытаний); продвижение в социальных сетях; публикация пресс-релизов о результатах испытаний и об отзывах);

3. PR (рассылка и публикация пресс-релизов (профессионально ориентированные порталы, интернет версии журналов); регистрация и присутствие в профессиональных интернет сообществах; участие в тематических выставках; организация и проведение конференции на базе завода; заочное участие в профессиональных мероприятиях (семинарах, форумах и тд.));

4. Прямой маркетинг (отправка пробных партий продукции для испытаний; отправка сувенирной продукции; e-mail рассылка; анкетирование действующих клиентов о работе инструмента).

Третья задача – это стимулирование сбыта продукции. Используются следующие каналы коммуникации:

1. Пресса (размещение специальных предложений в профессионально ориентированных журналах);

2. Интернет маркетинг (публикация специальных предложений в социальных сетях);

3. Прямой маркетинг (отправка пробных партий продукции для испытаний; e-mail рассылка со специальными предложениями);

4. PR (описание достоинств продукта (качество, использованное сырье, технология производства)).

PR воздействуют на определенные виды общественности, которые являются наиболее важными в данный момент развития предприятия. Наиболее типичными видами общественности, особенно важными для промышленных предприятий, являются: СМИ, деловая среда, общественные организации, население, государственные организации, инвесторы и персонал.

Рассмотрим каждый вид взаимодействия с общественностью для нашего предприятия.

СМИ. Завод пишет серию статей о ZBO S15, которые размещает в специализированных изданиях, таких как «Глюкауф Майнинг Репорт», «Золотодобыча», «Уголь Кузбасса».

Информация об обществе также публикуется в газетах «Южный Урал», «Оренбургская биржа», «Оренбуржье» и «Вечерний Оренбург», в Интернете на сайте ЗАО «Интерфакс», в лентах новостей уполномоченных агентств ЗАО «Агентство экономической информации «ПРАЙМ» и ЗАО «Интерфакс».

Деловая среда и инвесторы. Для того чтобы реально использовать маркетинг как надёжный инструмент достижения успеха на рынке, руководителям и специалистам предприятий необходимо овладеть его методологией и умением творчески применять её в зависимости от конкретной ситуации. Наиболее ярким средством современного маркетинга являются выставочные мероприятия. Выставочные мероприятия представляют предприятию очень широкие возможности одновременного распространения и получения широкого спектра экономической, организационной, технической и коммерческой информации. Участие в работе выставок и ярмарок является эффективным и мощным средством формирования маркетинговых коммуникаций предприятий.

Выставочная деятельность должна быть чётко определена необходимостью достижения основных маркетинговых целей предприятия. Одной из таких целей является формирование благоприятного имиджа предприятия. В связи с этим проводится ряд мероприятий:

1. Завод бурового оборудования принял участие в IV международном инвестиционном форуме "АКТОБЕ INVEST 2016". Основная цель форума – презентация инвестиционного потенциала региона, продвижение ее благоприятного инвестиционного имиджа, а также дальнейшее стимулирование притока отечественных и иностранных инвестиций в экономику региона. Центральным мероприятием форума стало Пленарное заседание на тему «Актюбинская область – территория безопасности и сохранности инвестиций».

2. Завод бурового оборудования принял участие в 19-ой Центрально-Азиатской Международной выставке «Горное оборудование, добыча и обогащение руд и минералов Mining World Central Asia 2013».

3. Завод бурового оборудования принял участие в XI ежегодная специализированная выставка «Нефть. Газ. Энерго – 2014».

4. Завод бурового оборудования принял участие в III Международной конференции «Инновационная деятельность предприятий» по исследованию, обработке и получению современных материалов и сплавов».

5. Завод бурового оборудования принял участие в Международной выставке «Mining World Russia 2014» и тд.

На Заводе проходят торжественные собрания, на которых добросовестные и высокопрофессиональные работники награждаются благодарственными письмами от администрации города. Здесь можно проследить такой вид общественности как взаимодействие с персоналом предприятия.

Роль PR в налаживании промышленным предприятием отношений с государственными органами заключается в активной общественной позиции самого предприятия и организации положительного мнения общественности, по отношению к деятельности и продукции предприятия. Однако тяжело добиться участия государственных чиновников к деятельности предприятия, но это вполне возможно. Например, одним из путей является приглашение государственных чиновников на важные события для предприятия – открытие объектов, пуск новой производственной линии и тд.

Так, Министр промышленности и торговли РФ Денис Мантуров и Министр финансов РФ Антон Силуанов ознакомились с производством бурового инструмента и техники для геологоразведки, добычи твердых ископаемых и инженерных изысканий на базе Завода бурового оборудования в Оренбурге.

В ходе посещения предприятия Денис Мантуров дал указания рассмотреть возможность принятия мер по улучшению трубной заготовки производства ТМК и включить завод в перечень проекта НИОКР по созданию буровых комплексов по безлюдной технологии.

Также на Заводе проходит уже ставшая хорошей традицией, встреча заводских ветеранов и тружеников тыла. Руководство Завода не забывает о своих ветеранах: каждый год проводит встречи и оказывает посильную помощь и поддержку ветеранам войны и труда. Ветеранов встречают с цветами

и георгиевскими ленточками, чтобы вместе возложить цветы и почтить минуту молчания павших солдат в Великой Отечественной Войне.

Другим видом взаимодействия с общественными организациями является участие сотрудников в акции «Свеча памяти».

Не стоит забывать о важности прочных связей с акционерами, инвесторами и персоналом, так как они представляют так называемую внутреннюю общественность промышленного предприятия. Например, для предприятия, которое обладает несколькими филиалами в регионах, очень важны корпоративные мероприятия (праздники, конференции, съезды, семинары) – для сплочения коллектива, формирования ощущения единой команды.

Что касается широких кругов общественности, населения, то для этой аудитории особенно важны социально-экономические вопросы. Промышленное предприятие является как субъектом экономики, так и субъектом общества. От того, какое социальное лицо у предприятия или компании, в определенной степени зависит его стратегическое развитие.

Приведем пример. 16 августа 2015 года в сквере у здания Администрации Южного округа состоялось торжественное закрытие благотворительной акции «Собери ребенка в школу». Активное участие в акции приняли руководители области и города, депутаты законодательного собрания и Оренбургского городского Совета, более 180 предприятий и организаций города, в числе которых Завод бурового оборудования.

Каналы и формы подачи информации, в ходе PR-продвижения промышленного предприятия, многообразны. И подобрать правильно их помогут специалисты в области PR, консалтинговые PR-компании [2].

Перспективами развития PR для отечественных промышленных предприятий является Интернет. Бурное развитие Интернет-коммуникаций, и особенно социальных сетей, приведет к появлению новых PR-инструментов для промышленных предприятий.

Таким образом, именно репутация сегодня может стать тем главным конкурентным преимуществом промышленного предприятия, которое труднее всего нейтрализовать конкурентам.

Литература

1. Коляда Екатерина. Промышленные гиганты под прицелом СМИ. [Электронный ресурс] // Азбука PR крупных промышленных компаний // Коляда Екатерина// – Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/theory/2016/>;
2. Лекарева Ю.С. Значение рекламы в продвижении товара в магазине// Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2011.Т.3.№31-1.С.278-281;
3. Чумиков А. Н., «Связи с общественностью: Теория и практика», 2005 г.
4. <http://zbo.ru/>

Мотивационная модель современной системы управления человеческими ресурсами

Е.А. Недина, магистрант

Актюбинский университет им. С. Баишева, Республика Казахстан

Аннотация. Разработка системы мотивации и стимулирования труда, позволяющей в наибольшей степени сопоставить интересы и потребности работников с интересами и стратегическими задачами предприятия, является ключевой задачей эффективного управления. Системный подход предполагает сочетание действия организационных стимулов и последовательных усилий менеджеров всех звеньев управления по мотивации персонала в четком соответствии с организационной стратегией. Персонал – это стратегический фактор, определяющий будущее организации, ведь именно люди делают работу, подают идеи и позволяют предприятию жить. Соответственно, стимулированный персонал – это залог успешной работы поступательного движения компании для реализации ее стратегических целей и упрочнения положения на рынке.

Ключевые слова: Мотивация, человеческий капитал, компенсации, льготы, метод «пробного прогона».

Abstract. Development of the system of the motivation and work incentives allowing to compare most interests and needs of workers with interests and strategic tasks of the entity is a key task of effective management. System approach assumes a combination of action of organizational incentives and consecutive efforts of managers of all control links on motivation of personnel in accurate compliance with organizational strategy. The personnel are the strategic factor determining the future of the organization, people do work, suggest the ideas and allow the entity to live. Respectively, the stimulated personnel are a guarantee of successful work of progress of the company for implementation of its strategic objectives and hardening of a market position.

Keywords: Motivation, human capital, compensations, privileges, method of "a trial run".

Проблема мотивирования труда является одной из самых острых проблем, стоящих перед современными казахстанскими предприятиями. Как правило, отечественные руководители рассматривают систему мотивации как инструмент, базирующийся на персональных выплатах работнику. На подавляющем большинстве предприятий система мотивации сотрудников неотделима от системы начисления фонда оплаты труда, один из лучших вариантов которой может быть графически отражен как на рис. 1.

Рисунок 1 - Схема начисления ФОТ (материального стимулирования)

Согласно принятым системам мотивации на казахстанских предприятиях работник получает:

- базовую заработную плату в зависимости от иерархического уровня управления;
- премии и бонусы по результатам деятельности подразделения за отчетный период;
- премии и бонусы по результатам личной деятельности работника (личные бонусы и доплаты за исполнение проектов, комиссионные, поддержка обучающихся, и т.д.);
- премии и бонусы по результатам деятельности организации в целом (годовые бонусы) [1].

Кроме того, на схеме рисунка 1 не отражены составляющие “компенсационного пакета”, пришедшие к нам с западными компаниями. В целом, “компенсационный пакет” представляет собой систему материального стимулирования - рис.1, плюс дополнительные льготы (организационные мероприятия) - рис.2 и дополнительные поощрения работников - рис.3.

Рисунок 2 - Состав льгот, применяемых некоторыми компаниями (в %)

Рисунок 3 - Дополнительные меры поощрения, применяемые некоторыми казахстанскими компаниями (в%)

Справедливости ради, надо отметить, что % казахстанских компаний на рис.2 и рис.3, применяющих те или иные льготы и поощрения работников, были определены в ходе опроса компаний, заявивших о применении “компенсационного пакета”. Выборка вряд ли может считаться репрезентативной, ее характер, скорее, качественный. Большинство же

предприятий Республики Казахстан применяют систему мотивации, аналогичную отраженной на рисунке 4.

Рисунок 4 - Вид пирамиды А. Маслоу с типовой системой мотивации труда

Такая схема (рис.4) мотивации достаточно эффективна в силу нынешнего уровня жизни, и, для большинства предприятий, сохраняет свою актуальность.

Связано это со следующими факторами: во-первых, при регулярной выплате бонусов, комиссионных и премий, ценность и мотивирующее воздействие резко снижается – работник привыкает к ним, расценивает их как форму заработной платы, и любое снижение таких, по сути дополнительных выплат воспринимается как унижение со стороны работодателя.

Во-вторых, начальное мотивирующее воздействие переменной части оплаты труда, как правило, мотивирует творческое начало работника. Но, на практике, активное творчество работодателем практически никогда не требуется. Творчество воспринимается как досадное недоразумение, мешающее текущей регулярной работе.

Снижение эффективности мотивационных схем по рис. 4 вынуждает работодателя искать новые методы мотивирования персонала. При этом, как правило, моральные “мотиваторы” не принимаются в расчет, поскольку не вполне понятно – для чего их применять. Единственным моральным методом мотивации, традиционно применяемым в РК, является метод личного общения.

Указанные на рис.3 “моральные поощрения” в 85% случаев сводятся к личной похвале и в 10% случаев – к похвале (грамоте, благодарности и проч.)

перед лицом коллег. Опять-таки проценты указаны, исходя из выборки, которая не может считаться репрезентативной [2].

Похвала перед лицом коллег – иначе говоря, призыв к общественному признанию заслуг работника, начинает пользоваться все большей популярностью отечественных менеджеров.

Это связано с тем, что такой вид поощрения несет в себе несколько факторов, которые могут быть использованы в управлении:

- фактор статуса – если работника публично похвалили, то значит, что этот работник как бы становится ближе к руководителю, получает моральное право на некую лидирующую позицию;

- фактор команды – тот, кого поощрили публично, начинает себя чувствовать членом “команды”, у него появляется чувство ответственности за общий результат;

- фактор выделения – похвалив кого-либо, руководитель разрушает неформальные связи такого работника, особенно, если работник был выделен на фоне негативного отношения к остальным членам группы;

- фактор целеполагания – публичная похвала, фактически, является отражением целей руководителя, показывает работникам “линию партии и правительства” [3].

Остальные методы морального мотивирования и стимулирования труда, кстати, неплохо себя зарекомендовавшие ранее, к сожалению, не рассматриваются казахстанскими предпринимателями и менеджерами в силу непонимания их применимости и неуверенности в их эффективности.

Мотивация персонала – гибкая, динамичная область, которая должна постоянно корректироваться, изменяться, выстраиваться в соответствии с целями, этапом развития компании, ситуацией на внешнем рынке и многими другими факторами. Понятно, что нет ни смысла, ни необходимости каким-либо образом приводить к единому знаменателю стратегические цели компании, поскольку они разные для разных организаций. Однако можно отметить некоторые тенденции и закономерности, в зависимости от этапа развития компании.

Руководителям хорошо известны различные теории, описывающие цикличность развития организаций. Как любой живой организм, компания проходит все стадии жизненного цикла, от зарождения до старения (кризиса). Схематически это выглядит так:

Рисунок 5 — Стадии жизненного цикла организации

Если компания успела подготовиться к стадии кризиса параллельно этапу спада, касающемуся основного продукта компании, происходит этап зарождения и роста нового продукта, и организация достаточно легко входит в следующий цикл своего развития. От рассмотрения цикла становления организации возвращаемся к стратегическому подходу, к системе мотивации персонала. Цель системы мотивации – это не идеальная система заработной платы. Система мотивации персонала призвана решать конкретные задачи на данном этапе развития компании. Точнее – изменить существующую ситуацию в нужном направлении через изменение трудового поведения сотрудников [4].

На сегодняшний день казахстанским компаниям предлагается внедрение новой эффективной системы мотивации персонала, опробованной экспериментальным путем в некоторых столичных компаниях, и дающей ответы на многие поставленные вопросы.

Говоря о внедрении новой системы мотивации в работу компании (то есть, происходит переход с одной системы денежного стимулирования на другую), важно отметить, что эффективное внедрение новой системы мотивации персонала требует тщательной подготовки. И речь здесь идет именно о психологической подготовке персонала к новой системе оплаты работы подразделения.

Теоретически переход компании на новую систему мотивации выглядит следующим образом. Рассмотрим один из методов - метод «пробного прогона». Суть этого метода заключается в последовательности шагов:

Шаг 1. Расчет новой системы и предварительная проверка потенциальной системы мотивации «задним числом». То есть, имея статистику работы компании на шесть - двенадцать месяцев назад, скрупулезно пересчитываем заработную плату каждого из сотрудников по

новой системе. Это необходимо для того, чтобы проверить, каким образом система отразится на доходе сотрудников.

Опыт показывает, что если новая система расчета заработной платы более дифференцирована, то уже на этом этапе ярко выделяются как минимум три группы:

а. «звезды», передовики производства (как правило, их не очень много в подразделении – 15-20%) – те, чьи результаты могут быть примером для остальных сотрудников. Их заработная плата должна увеличиться. Эта группа работников будет примером, стимулом для остальных. Именно они будут эталоном работы, ведь именно это является целью компании – повысить производительность основной массы сотрудников.

б. «середина» - это основная часть подразделения, их доход должен оставаться на том же уровне (и это важно! «равнение – на середину!»). Однако, именно для них появляется дополнительный стимул к активизации работы. По принципу: хочешь больше – работай лучше.

с. «хвост» - здесь сотрудники, с которыми компании, по сути, не жаль расстаться (низкие результаты работы). Им новая система стимулирования тоже предлагает выбор, без явного вмешательства руководства: либо улучшить результаты работы и попасть, как минимум, в «середину», а в лучшем случае в «звезды» (что сомнительно). Либо самостоятельно покинуть компанию, что может быть удобно руководителям (ведь здесь речь идет о той группе сотрудников, с которой не жаль расстаться). Основной целью этого этапа является проверка новой системы стимулирования на возможные «сбои» и «перекосы». Здесь в цифрах можем увидеть, стимулирует ли данная система именно то поведение, которое мы предполагаем.

Шаг 2. Условно его можно назвать «PR новой схемы оплаты». На этом этапе задача руководителей психологически подготовить персонал к изменениям в столь важном для сотрудников вопросе, как принцип оплаты труда. Этот этап начинается раньше, чем непосредственно «пробный прогон» (возможно, параллельно 1-му этапу). Делать это можно разными способами: запускаем «контролируемые слухи», организуем собрания и оперативки, издаем буклеты, вовлекаем ключевых сотрудников (лидеров группы) в работу над новой системой оплаты и пр. Важно помнить, что основная цель этого процесса – довести до сведения сотрудников все преимущества новой системы стимулирования. Когда персонал компании уже знает о грядущих изменениях, время для следующего.

Шаг 3. Непосредственно «пробный прогон». На протяжении трех месяцев заработная плата рассчитывается сразу по двум схемам. Сотрудники получают заработную плату по «старой», привычной схеме, и получают на руки два «листочка» - расчет по старой системе – то есть то, что фактически и выплачено и расчет по новой. То есть, какова была бы его заработная плата в этом месяце, если бы уже действовала новая система стимулирования. Три месяца – это тот период, за который люди успевают привыкнуть к грядущим

переменам и, даже успевают скорректировать свое поведение, подготовившись к новой системе оплаты труда.

Шаг 4. Введение новой системы расчета оплаты труда [5].

Таким образом, последовательно используя шаги предложенного метода, можно добиться перехода организации к новой системе мотивации, которая поможет изменить существующую ситуацию в нужном направлении через изменение трудового поведения сотрудников.

Предложенный метод можно рассматривать как один из альтернативных подходов в создании мотивационной модели современной системы управления человеческими ресурсами в РК.

Литература

1. Аширов Д. А. *Управление персоналом и стратегия предприятия* - СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2008.
2. Марр Р., Флиастер А. *Словарь // Человек и труд*. - 2004 - № 1 - С. 127.
3. *Социально – экономическое развитие Республики Казахстан // Ежемесячный информационно – аналитический журнал*. Астана: Агентство Республики Казахстан по статистике, 2016.
4. Хедоури Ф. *Основы менеджмента*. - М.: Дело, 2005. - С. 94-95.
5. Токарская Н. М., Солодова Н. Г. *Стратегия фирмы в области управления человеческими ресурсами: Зарубежный опыт*. - Иркутск 2015. - С. 77.

**Анализ работы торгового предприятия как системы массового обслужи-
вания на примере магазина «Магнит Косметик»**

Елистратова Д.А., студент

*Научный руководитель: Матвеев А.Г., к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье проводится анализ функционирования торгового предприятия «Магнит Косметик» как системы массового обслуживания. Выполняется расчёт основных характеристик системы. Даются рекомендации по оптимизации структуры СМО.

Ключевые слова: Управление торговлей, система массового обслуживания, каналы обслуживания, многоканальная СМО с ожиданием, входящий и выходящий поток заявок, показатель нагрузки СМО.

Abstract. The article analyzes the functioning of the trading company "Magnit Kosmetik" as a Queuing system. The calculation of the main characteristics of the system. Recommendations are given on optimization of the structure of SMO.

Keywords: trade Management, about the system of mass service, service channels, multichannel QS with expectation, the incoming and outgoing flow of requests, load index, SMO.

Продолжающийся процесс глобализации рынка, всё более сильные интеграционные процессы в области оптовой торговли служат толчком к появлению большого числа новых фирм, стремящихся потеснить уже существующие предприятия и занять свою нишу на рынке. В этой борьбе невозможно победить без создания эффективной системы управления. Управление торговым предприятием является сложным, многогранным процессом, включающим регулирование товародвижением, основными фондами, товарными запасами, управление персоналом, организацию обслуживания покупателей, взаимодействие с контрагентами и многое другое. Разнообразие функций, реализуемых системой управления, требует использования различных методов: административных, организационных, экономических, правовых.

Продолжается развитие и использование в системе управления торговлей достижений других наук: математики, психологии, кибернетики, широко применяются автоматизированные системы управления. Методы, разработанные на стыке экономики и математики, получили название экономико-математических методов. Это методы сетевой оптимизации, некоторых видов программирования (линейного, нелинейного, динамического), методы

управления запасами, балансовая модель и ряд других. Использование той или другой экономико-математической модели определяется, прежде всего, целью стоящей перед исследователем, областью моделирования, характером данных, требуемой точностью и т.п.

В данной работе мы рассмотрим управление процессом продаж на примере конкретного предприятия. В качестве объекта исследования нами был взят магазин «Магнит Косметик», расположенный по адресу «Оренбургская обл., Сорочинский район, г. Сорочинск, ул. Володарского, 7», в котором реализуется широкий ассортимент товаров: косметика, товары для дома, парфюмерия, чистящие и бытовые средства [6].

Очевидно, что если рассматривать поток покупателей как поток заявок, а их расчёт на кассе как процесс обслуживания, то методом исследования должна выступать теория массового обслуживания (ТМО). Теория массового обслуживания изучает работу систем специального вида, реализующих многократное выполнение однотипных задач. Такие системы называются системами массового обслуживания (СМО).

Процесс работы СМО представляет собой случайный процесс перехода системы из одного состояния в другое под воздействием потока событий – поступления заявок и их обслуживания. Поток характеризуется интенсивностью λ – частотой появления событий или средним числом событий, поступающих в СМО в единицу времени.

Если вероятность появления k событий за промежуток времени длительностью t зависит только от длительности данного промежутка и не зависит от начала отсчета, такой поток называется стационарным. Если вероятность попадания на малый (элементарный) участок времени Δt двух и более событий пренебрежимо мала по сравнению с вероятностью попадания только одного события, такой поток называется ординарным. Поток событий называется потоком без последствия, если для любых двух непересекающихся участков времени τ_1 и τ_2 – число событий, попадающих на один из них, не зависит от числа событий, попадающих на другие. Поток событий называется простейшим (или пуассоновским), если он одновременно стационарен, ординарен и не имеет последствия. Для простейшего потока число m событий (точек), попадающих на произвольный участок времени τ , распределено по закону Пуассона (1):

$$p_m(\tau) = \frac{(\lambda\tau)^m}{m!} e^{-\lambda\tau} \quad (1)$$

На практике условия простейшего потока не всегда выполняются, однако в целом пуассоновский закон распределения с достаточно высоким приближением отражает многие процессы массового обслуживания.

Время обслуживания заявки ($T_{об}$) также является величиной случайной. Предположим, что время обслуживания каналом одной заявки (случайная величина) распределена по показательному закону (2):

$$f(t) = \mu e^{-\mu t} \quad (t \geq 0) \quad (2)$$

В формуле (2) параметр μ называется интенсивностью потока обслуживаний, вычисляется как $\mu = 1/\bar{T}_{об}$ и представляет собой не что иное, как производительность канала.

СМО подразделяются на одно и многоканальные, на системы с отказами и СМО с ожиданием, на замкнутые и открытые, на однофазные и многофазные системы.

Целью исследования является повышение качества обслуживания покупателей, осуществляемое через управление данной системой. Управление в системах массового обслуживания (СМО) может осуществляться через управление дисциплиной обслуживания заявок, изменения структуры системы, воздействия на – входящий поток и рядом других параметров.

Задачами исследования являлся поиск ответов на вопросы:

- Какое время обслуживания потенциального покупателя можно считать оптимальным?
- Какова вероятность потери покупателя?
- Какое количество обслуживающих каналов (касс обслуживания) считать оптимальным?

По характеру работы двухканальной системы, видно, что покупатели имеют возможность ожидать, но не все встают в очередь, некоторые покидают систему. Путем социологического опроса было выяснено, что потенциальные покупатели покидают магазин, если очередь в среднем составляет 4 человека. Это позволяет отнести систему к многоканальной с ожиданием и ограничением на длину очереди.

Для данной системы существуют следующие расчетные формулы и обозначения:

Вероятность простаивания всей системы, т.е. вероятность того, что все каналы свободны

$$P_0 = \left[1 + \sum_{k=1}^n \frac{\rho^k}{k!} + \frac{\rho^n}{n!} * \sum_{s=1}^m \left(\frac{\rho}{n} \right)^s \right]^{-1}$$

Вероятность того, что системе находится k требований

$$P_k = \begin{cases} \frac{\rho^k}{k!} * P_0 & \text{при } 1 \leq k \leq n \\ \frac{\rho^k}{n! n^{k-n}} * P_0 & \text{при } n \leq k \leq n+m \end{cases} \quad (4)$$

Вероятность отказа заявке

$$P_{отк} = P_{n+m} = \frac{\rho^{n+m}}{n! n^m} * P_0 \quad (5)$$

Относительная пропускная способность

$$Q = 1 - P_{отк} = P_{обс} \quad (6)$$

Абсолютная пропускная способность

$$A = \lambda * Q \quad (7)$$

Среднее число занятых каналов, т.е. среднее число заявок, находящихся под обслуживанием

$$N_z = M_{обс} = \sum_{k=1}^n k P_k + n \sum_{k=1}^m P_{n+k}, \quad (8)$$

где n – число каналов в СМО;

λ – интенсивность входящего потока заявок $\Pi_{вх}$;

μ – интенсивность потока обслуживания $\Pi_{об}$;

ρ – показатель нагрузки системы (трафик);

m – максимальное число мест в очереди, ограничивающее длину очереди заявок.

Проведенный анализ характера функционирования объекта позволяет его классифицировать как двухканальную (две кассы) систему. Интенсивность входного потока заявок не является постоянной в течение рабочего дня (с 10:00 до 20:30) и представлена на рисунке 1.

Рисунок 1. Изменение интенсивности входного потока в течении рабочего дня

Эти изменения, в основном, связаны с занятостью работающего населения.

Если оба канала заняты (кассиры обслуживают очередных покупателей), следующий покупатель становится в очередь. Однако если очередь слишком длинная (более 3 – 5 покупателей) покупатель покидает магазин, нечего не приобретает. Чаще это происходит по причине нежелания тратить свое личное время, так как есть возможность пойти в другой магазин (в Сорочинске их три).

Сказанное позволяет нам классифицировать данную СМО как двухканальную, открытую, с очередью, имеющей ограничения на длину $m=4$.

Структура данной системы представлена на рисунке 2.

Рисунок 2. Структура СМО

Интенсивности рассматриваемого входного потока в течение дня неравномерна, так как в работе магазина существует один пик с 12:00 до 13.00. Это объясняется тем, что большинство людей в городе Сорочинске имеют тенденцию посещать магазины в дневное время выходного дня. Также отражается поведение тех, кто приезжает с соседних населенных пунктов.

Дальнейшее наблюдение обслуживания потребителей производилось в течение дня. Результаты, полученные в процессе наблюдения, представлены в таблице 1.

Таблица 1. Значения работы СМО в магазине при двух кассах

t, час	10:00-11:00	11:00-12:00	12:00-13:00	13:00-14:00	14:00-15:00	15:00-16:00	16:00-17:00	17:00-18:00	18:00-19:00	19:00-20:30
P_0	0,480	0,372	0,091	0,201	0,280	0,434	0,480	0,642	0,819	0,861
$P_{отк}$	0,002	0,012	0,182	0,072	0,033	0,005	0,003	0,0001	0,000002	0,0000003
$P_{отк}, \%$	0,262	1,161	18,181	7,163	3,331	0,513	0,267	0,016	0,0001	0,000003
$P_{отк}, \text{чел.}$	0,039	0,232	7,272	2,148	0,832	0,086	0,040	0,001	0,000006	0,0000009

*Рассчитано самостоятельно с помощью табличного процессора MSExcel

Из таблицы 1 видно, что данная двухканальная СМО не достаточно устраивает выбранный нами магазин «Магнит Косметик». Опираясь на произведенные расчеты, можно сказать, что во второй половине рабочего дня очереди отсутствуют, кассы простаивают, а значит необходимости работы двух касс, как и двух кассиров нет. Поэтому, нами было принято решение произвести расчеты с условием работы одной кассы (таблица 2).

Из таблицы 2 видно, что с 11:00-16:00 часов одноканальная СМО также не устраивает выбранный нами магазин «Магнит Косметик». Наблюдается перегруженность кассы, выстраивание очередей и потеря потенциальных покупателей. Так, в час-пик вероятность отказа заявке составляет 91,42%. Такие потери для данного магазина не целесообразны, что говорит о неэффективности рассматриваемой одноканальной СМО.

Таблица 2. Значения работы СМО в магазине при одной кассе

t, час	10:00-11:00	11:00-12:00	12:00-13:00	13:00-14:00	14:00-15:00	15:00-16:00	16:00-17:00	17:00-18:00	18:00-19:00	19:00-20:30
P_0	0,503	0,333	0,028	0,099	0,188	0,435	0,503	0,680	0,833	0,869
$P_{отк}$	0,119	0,333	0,914	0,752	0,575	0,193	0,119	0,012	0,0002	0,00006
$P_{отк}, \%$	11,94 1	33,333	91,428	75,232	57,561	19,344	11,941	1,256	0,026	0,006
$P_{отк}, \text{чел.}$	1,791	6,666	36,571	22,569	14,390	3,288	1,791	0,113	0,001	0,0002

*Рассчитано самостоятельно с помощью табличного процессора MSExcel

Опираясь на произведенные расчеты, рассмотрим варианты оптимизации работы магазина. Время обслуживания изменить не удастся, но можно предложить посменный режим работы касс, чтобы отсутствовал простой кассиров-операционистов и не образовывалась очередь в час-пик. На сегодняшний день при высокой конкуренции торговых предприятий и при высоком темпе жизни у покупателей нет времени и желания стоять в очередях. Поэтому столкнувшись с очередью большинство покинет такой магазин.

Таким образом, посменный режим работы касс будет заключаться в переменном графике. С 10:00-11:00 часов возможна работа одной кассы, с 11:00-16:00 часов обязательная работа двух касс, а с 16:00-20:30 часов снова должна работать одна касса. Такой режим наиболее оптимален для выбранного торгового предприятия «Магнит Косметик».

Анализ показал, что необходима оптимизация графика работы кассиров, которая заключается в том, что в период с 12 до 15 часов должны работать две кассы, а в остальное время – одна. Это позволит сэкономить фонд заработной платы и избежать ущерба, связанного с потерей потенциальных покупателей. Мы рекомендуем магазину «Магнит Косметик» перейти именно на такой режим работы.

Литература

1. Дуплякин В.М., Княжева Ю.В. Имитационное моделирование нестационарной системы массового обслуживания торгового предприятия // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2009. - №41. – С. 79-84.
2. Жулидов С.И. Организация торговли: Учебник / С.И. Жулидов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
3. Конюченко О.Н. Экономический анализ задач математического программирования. Ч. I. Линейное программирование и системы массового обслуживания: учебное пособие / О.Н. Конюченко, А.Г. Матвеев, М.С. Перова. – Оренбург: Издательство центр ОГАУ, 2010. – 140 с.
4. Парахина В.Н. Теория организации: учебник / В.Н. Парахина, Т.М. Федоренко, Е.Ю. Шацкая. – 6-е изд., перераб. – М.: КНОРУС, 2014. – 360 с.
5. Соколов Г.А. Основы теории массового обслуживания для экономистов: Учебник / Г.А. Соколов - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с.

б. Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки. ресурс] - Сайт сети магазинов «Магнит Косметик» (дата обращения – 1.12.2016 г.).

От решения к результатам: автоматизация распределительных складов торговой сети «Ринг»

Кобахидзе К.Д., студентка
Научный руководитель: Трипкош В.А., к.т.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Мы всегда знали: «кто владеет информацией, тот владеет миром», однако та степень, с которой мы можем владеть ею с помощью компьютера, воистину дает нам возможности получить преимущество перед своими конкурентами. В сфере торговли информация и информационные технологии так же являются своеобразным фундаментом, важнейшим инструментом ведения успешного бизнеса. Разработчики программного обеспечения регулярно предлагают торговым предприятиям все более совершенные программные продукты с расширенными возможностями, обеспечивая эффективность управления многими операциями в розничной торговле. В данной статье проведен анализ информационных систем и технологий, применяемых в розничной торговой сети «Ринг», позволяющих автоматизировать как торговые, так и технологические процессы.

Ключевые слова: информационные технологии, информационные системы, торговые сети, автоматизация.

Abstract. We always knew that "who possesses information, that owns a situation", however that degree with which we can own it by means of the computer, truly gives us opportunities to get an advantage before the competitors. Even in the sphere of trade information and information technologies are a peculiar base, the major instruments of conducting successful business. Software developers regularly offer trade enterprises more and more perfect software products with expanded opportunities, providing effective management of many transactions in retail trade. In this article the analysis of the information systems and technologies applied in retail chain stores "Ring", allowing to automate both trade, and engineering procedures is carried out.

Keywords: information technologies, information systems, retail chain stores, automation.

С течением времени наблюдается динамичное развитие розничной торговли: увеличиваются масштабы, ассортимент, поток покупателей – все это на порядок больше, чем век назад, и управлять торговым предприятием без автоматизации стало весьма сложно, а иногда и вовсе невозможно. Эффективность деятельности если не всех, то большинства предприятий зависит от возможностей используемых программных продуктов по оперативной обра-

ботке данных.

Большинство из нас воспринимают и знают привычные магазины только по другую сторону прилавка или кассы, со стороны покупателя, и зачастую мы даже не задумываемся о том, что происходит за гранью, видимой нам. Как нужные товары попадают в магазин, почему они попадают именно туда и именно в таком количестве? Кто отвечает за этот процесс? Что стоит за этой слаженной работой и что помогает отдельным предприятиям, а также сетям просто-напросто не запутаться в таком быстро движущемся потоке?

Примером, на котором мы рассмотрим те самые внутренние процессы управления, выступает известная многим региональная торговая сеть «Ринг».

Торговая сеть «Ринг» является одной из самых крупных в Оренбуржье среди компаний, оказывающих населению услуги по поставке, продаже продуктов питания и напитков. Отделения этой торговой розничной сети расположились и работают в большинстве городов Оренбургской области, крупнейшие из которых – Медногорск, Гай, Новоорск, Новотроицк, Орск и Оренбург. В 2008 году компания «Ринг» вошла в Союз независимых сетей России, объединяющий 63 розничных сети нашей страны.

Рождением компании «Ринг» по праву можно считать 23 августа 1996 года – именно от этого дня берет свое начало деятельность торговой сети.

Учредителями предприятий торговой розничной сети «Ринг» являются пять предпринимателей, которые не сменились и по сей день. Генеральным директором сети «Ринг» является Виктор Владимирович Сидоров [1].

Залогом успеха компании и стимулом для развития стали грамотная торговая и ценовая политика. Круг постоянных и потенциальных покупателей магазина с самыми разнообразными уровнями дохода постоянно расширяется, и основанием для этого служит организация деятельности в нескольких форматах. Довольно широкий же ассортимент, качество продуктов и напитков, удобный режим работы позволяет магазину ежедневно собирать аудиторию покупателей в размере около 40 тысяч человек.

Основными составными частями группы компании «Ринг» являются:

1) Магазины различных форматов, которые составляют розничное подразделение.

2) Распределительные склады или так называемые центры в численности трех единиц, общая площадь которых составляет 18000 м².

Именно и они станут объектом нашего пристального внимания в данной статье.

07 февраля 2011 года компания France Informatique & Technologie (FIT) сообщила об автоматизации распределительного центра (РЦ) торговой компании "Ринг" (Орск) на основе внедрения WMS-решения, представляющего собой специализированную компоненту (подсистему) системы GESTORI Pro.

Компания FIT работает на рынке информационных технологий более 25 лет и является одним из признанных лидеров в области автоматизации сетей супер- и гипермаркетов. Компания FIT – многократный обладатель премии «Золотые Весы» как лучший автоматизатор сетей супер- и гипермарке-

тов в сегментах food, DIY, drogerie и др. Национальная профессиональная премия «Золотые Весы» – высшая профессиональная награда РФ, присуждаемая за выдающиеся достижения в области оснащения предприятий торговли [2].

Клиентами FIT являются более 1000 розничных торговых компаний России и Беларуси, среди которых такие известные нам, как ЛИНИЯ, ПОЛЯНА (Система РегионМарт), FIX PRICE, МОНЕТКА, РИНГ и др.

Основными разработками данной компании являются: система управления товародвижением в сетевом розничном предприятии GESTORI Pro, кассовые программы «POS-FIT-K» Версия 5.01 и «POS-FIT-ФР», а также информационно-аналитическая система класса BI DiAna: Digital Analytics Pro. Именно эти программные продукты заслужили высокую оценку сетевых розничных операторов и являются одними из наиболее часто используемых, популярных и востребованных на российском рынке.

Информационные системы от компании FIT работают в "Ринге" с 2002 года. В частности, на систему GESTORI Pro возложено централизованное управление и полный контроль внутренней логистики сети из 33 магазинов самообслуживания и нескольких специализированных торговых точек в разных городах Восточного Оренбуржья, включая функции категорийного менеджмента и ценообразования. Теперь, с внедрением WMS-решения, контур логистического управления охватил и РЦ. Двухэтажный склад площадью 5 тыс. кв. м на 1 тыс. мест (ячеек) хранения работает как для обеспечения розничной деятельности сети "Ринг", так и для оптовой торговли компании. На складе используются 4-ярусные стеллажи. В цокольном этаже расположена низкотемпературная холодильная камера. Ассортимент РЦ составляет 2 тысячи товарных позиций [2].

Основная задача, которую были призваны решить автоматизированные технологии в распределительном центре, состояла в снижении потерь при комплектации заказов (поскольку это одна из наиболее трудоемких операций). Вторая задача – повышение оборачиваемости. Необходимо было добиться высоких временных показателей (ускорение) при отборе и комплектации заказов, но одновременно задействовать в это минимум сотрудников, а также достичь более четкого соблюдения сроков, правил и условий хранения товаров.

Для этого, помимо ведения количественно-суммового учета, на РЦ торговой сети "Ринг" был применен автоматизированный учет мест размещения товаров. Проект автоматизации РЦ основан на применении принципа адресного хранения товаров на складе, когда информационная система "помнит" физическое местоположение каждой единицы хранения в ячейках (местах хранения), помеченных штрих-кодами.

Для реализации проекта автоматизации РЦ компания FIT использовала подсистему управления местоположением товаров на складе системы GESTORI Pro. В совокупности с учетными функциями системы GESTORI Pro, данная специализированная компонента класса WMS обеспечила рас-

пределительному центру высокий уровень автоматизации, а также учет мест хранения товаров, отслеживание их внутреннего перемещения, сроков реализации, а также веса конкретной единицы хранения продукции на складе. При этом формируются оптимизированные маршрутные карты для ускорения процессов комиссионирования (сборки заказов и перемещения товаров по складу).

Система GESTORI Pro управляет полным циклом бизнес-процессов РЦ: приемкой и размещением товаров, сборкой заказов (комиссионированием), отгрузкой, а также инвентаризацией (с формированием документов описи). При этом на все осуществляемые и выше описанные операции и процессы параллельно формируется набор документов, описывающих действия с товарами. Анализ динамики запасов сотрудники сети "Ринг" проводят в аналитической системе класса BI DiAna: Digital Analytics Pro, которая в 2010 году вошла в число лучших программных продуктов года.

Для РЦ сети "Ринг" была выбрана статическая модель комиссионирования. Основной ее принцип – осуществление сборки заказа непосредственно с мест хранения. Получив задание на комплектацию заказа, сборщик направляется к месту хранения и сканирует его штрих-код с помощью радиотерминала: в режиме реального времени акцептует отбор товара в информационной системе. Оптимизированный маршрут движения в задании прописывается от меньшего номера ячейки к большему (движение "змейкой"). Система размещает тяжелые грузы, как правило, на первых номерах, а это значит, что при отборе они будут находиться внизу, что исключает возможность повреждения более легких товаров сверху. При этом, при необходимости, сборщик может отобрать только часть товаров из некоторых складских единиц хранения, в частности, ему приходится разукomплектовывать единицу хранения продукции (в том числе, например, с весовым товаром). Размещение товаров на места хранения также проводится с помощью радиотерминалов.

Очень важно на складах, хранящих пищевую продукцию, организовать процесс комплектования заказов так, чтобы первыми покидали пределы распределительного центра товары, срок реализации которых более ранний. Для достижения этой цели при формировании документов отбора информационная система в первую очередь предлагает места хранения продукции, имеющей наименьший срок годности (метод FEFO – англ. first expire, first out – раньше истекает – раньше отгрузка). Помимо всего прочего используемая система так же предполагает организацию отслеживания соблюдения условий договоров с поставщиками и клиентами: анализирует сроки поставки, ассортимент и цены, условия доставки, условия оплаты (лимит товарного кредита, отсрочки платежа, кредит, предоплату), тип оплаты, а также специальные условия, например, процент битого товара, который оплачивается поставщику.

По словам представителей сети "Ринг", они одними из первых среди локальных сетей Восточного Оренбуржья автоматизировали свой РЦ. В сети отмечают, что уже почувствовали положительный эффект от внедрения

WMS-решения на РЦ в рамках единой логистической системы управления сетевой розничной торговой сети. В том числе, отпала необходимость каждый раз обучать новых сотрудников РЦ ассортименту и местоположению товаров на складе, что актуально в условиях высокой "текучки" кадров в отрасли. Стало проще выписывать накладные. Сборка заказа, например, из 50 товарных позиций, теперь занимает 15 минут вместо часа до внедрения WMS-решения [2]

В результате автоматизации бизнес-процессов РЦ сети "Ринг" решены такие задачи, как:

- реализация выбранной модели комиссионирования.
- обеспечение в рамках единой ИС функций управления как товародвижением, так и местоположением.
- формирование в ИС уникальных единиц хранения продукции, необходимых для работы с продуктовым (часто весовым и скоропортящимся) товаром.
- обеспечение логистической интеграции цепи поставок сетевой розничной торговой компании от РЦ до магазинов.

Использование функционала WMS системы GESTORI Pro на РЦ сети "Ринг" позволило:

- минимизировать потери, сведя к минимуму количество ошибок: увеличить точность и скорость комплектации заказа, четко контролировать соблюдение сроков и условий хранения.
- увеличить производительность труда персонала и оптимизировать управление людскими ресурсами: на проведение каждой операции затрачивается меньше времени и людей.
- увеличить объем продаж, повысив качество обслуживания оптовых клиентов, увеличив оперативность, точность и удобство расчетов [2].

Литература

1. Компания Ринг – продукты и напитки Оренбуржья. [Электронный ресурс] URL: <http://ring56.ru/>
2. Системы автоматизации торговли для розничных сетей. Решения для автоматизации магазинов – FIT.[Электронный ресурс] URL: <http://www.fit.ru/>

Прямые ЧМП как средство исследования области допустимых решений при формировании структуры инвестиционного портфеля

*Крапивина Т.А, Федосова В.В., студенты
Научный руководитель: Матвеев А.Г., к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье рассматриваются критерии, лежащие в основе формирования структуры инвестиционного портфеля. Раскрыта методика разработки человеко-машинной процедуры (ЧМП). Приведён пример работы с ЧМП при формировании портфеля.

Ключевые слова: Прямые человеко-машинные процедуры, инвестиционный портфель, ценные бумаги, риск, доходность.

Abstract. the article discusses the criteria underlying the formation of the structure of the investment portfolio. It shows methods of developing man-machine procedure (CHMP). Is an example of the CHMP at portfolio.

Keywords: Direct man-machine procedures, investment portfolio, securities, risk, return.

Инвестиционный портфель – это совокупность ценных бумаг, управляемая как единое целое, как самостоятельный инвестиционный объект. При формировании структуры портфеля, образованного рискованными бумагами, необходимо учитывать такие параметры как доходность и риск. Предположим, что портфель состоит из n бумаг, и обозначим ω_i – доля i -ой бумаги в портфеле. Портфель называется стандартным, если выполняются следующие условия: $\sum_{i=1}^n \omega_i = 1$, $\omega_i \geq 0$, $i = 1, \dots, n$. Ожидаемую доходность i -ой бумаги в портфеле обозначим как r_i . Тогда ожидаемая доходность портфеля r_{Π} представляет собой суммарную ожидаемую доходность входящих в него ценных бумаг, взвешенную с учетом их доли в портфеле (1):

$$(1) \quad r_{\Pi} = \sum_{i=1}^n \omega_i * r_i$$

В качестве количественной меры риска i -ой бумаги будем рассматривать среднее квадратическое отклонение ее доходности σ_i . Тогда $\sigma_{ii} = \sigma_i^2$ – дисперсия доходности i -ой бумаги, а $\sigma_{ij} = \rho_{ij} \sigma_i \sigma_j$ – ковариация между i -ой и j -ой бумагами (характеризует степень зависимости случайных величин).

Введём в рассмотрение ковариационную матрицу доходностей (2):

$$\Lambda = \begin{bmatrix} \sigma_{11} & \sigma_{12} & \cdots & \sigma_{1n} \\ \sigma_{21} & \sigma_{22} & \cdots & \sigma_{2n} \\ \vdots & \vdots & \cdots & \vdots \\ \sigma_{n1} & \sigma_{n2} & \cdots & \sigma_{nn} \end{bmatrix} \quad (2)$$

Тогда дисперсию доходности всего портфеля (совокупную меру риска) можно вычислить по формуле (3):

$$\sigma_{\Pi}^2 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n \sigma_{ij} \omega_i \omega_j = \sum_{i=1}^n \sigma_i^2 \omega_i^2 + \sum_{i=1}^{n-1} \sum_{j=1}^{n-1} \sigma_i \sigma_j \rho_{ij} \omega_i \omega_j \quad (3)$$

Введём в рассмотрение вектор доходностей и вектор долей ценных бумаг в портфеле:

$$r = \begin{pmatrix} r_1 \\ r_2 \\ \vdots \\ r_n \end{pmatrix}, \quad \omega = \begin{pmatrix} \omega_1 \\ \omega_2 \\ \vdots \\ \omega_n \end{pmatrix}$$

Тогда доходность портфеля и его дисперсия могут быть представлены в виде матричных операций (4):

$$r_{\Pi} = r^T \cdot \omega, \quad \sigma_{\Pi}^2 = \omega^T \cdot \Lambda \cdot \omega \quad (4)$$

Ожидаемая доходность портфеля r_{Π} является линейной функцией, а риск σ_{Π}^2 является квадратичной формой от n переменных.

Проблема формирования портфеля заключается в достижении оптимального сочетания между риском и доходом, то есть нахождении такой структуры портфеля, при которой бы доход был по возможности максимален, а риск минимален [1]. Соотношение между доходностью портфеля и его риском могут принимать различные значения и, в конечном итоге, определяются целью инвестора.

Постановка различных целей приводит к необходимости решения различных задач. Так инвестору, который не склонен к риску, важно узнать нижний уровень риска, меньше которого из заданного множества портфелей получить нельзя. В этом случае решается задача нахождения портфеля с наименьшим риском. Данная оптимизационная задача выглядит следующим образом (5):

$$\begin{aligned} \sigma_{\Pi}^2 &= \omega^T \Lambda \omega \rightarrow \min, \\ \sum_{i=1}^n \omega_i &= 1, \quad \omega_i \geq 0, i = 1, \dots, n \end{aligned} \quad (5)$$

Целевая функция данной задачи является квадратичной, а ограничения, накладываемые на переменные – линейны. Такие задачи решаются методами квадратичного программирования [2].

Если перед инвестором стоит задача минимизации риска при заданном уровне доходности $r_{\text{порог}}$ (модель Марковица), то модель такой задачи можно представить в виде (6):

$$\begin{aligned}\sigma_{\Pi}^2 &= \omega^T \Lambda \omega \rightarrow \min, \\ r_{\Pi} &\geq r_{\text{порог}} \\ \sum_{i=1}^n \omega_i &= 1, \quad \omega_i \geq 0, i = 1, \dots, n\end{aligned}\quad (6)$$

Задача максимизации доходности при заданном уровне риска $\sigma_{\text{порог}}^2$ (модель Тобина) приводит к задаче к виду (7):

$$\begin{aligned}r_{\Pi} &\rightarrow \max \\ \sigma_{\Pi}^2 &\leq \sigma_{\text{порог}}^2, \\ \sum_{i=1}^n \omega_i &= 1, \quad \omega_i \geq 0, i = 1, \dots, n\end{aligned}\quad (7)$$

В представленных моделях целевые функции отличаются не только формой (линейная и квадратичная), но и характером – в задачах 5 и 6 она минимизируется, а в задаче 7 максимизируется.

Предлагаем объединить данные модели в одну, посредством введения единого (глобального) критерия $C_{\text{ГЛОБ}}$. Основные идеи такого объединения изложены в [3]. Для этого рассматриваемые критерии необходимо нормализовать, т.е. привести к безразмерному виду, ограничив диапазон их возможного изменения от 0 до 1.

Основная цель формирования инвестиционного портфеля – достижение наилучшего соотношения между риском и доходом инвестора. За счёт диверсификации портфеля достигается уменьшение риска и увеличение доходности. Это можно сделать посредством формул 8 и 9:

$$C_{H(\max)} = \frac{C_T - C_{\min}}{C_{\max} - C_{\min}} \quad (8)$$

$$C_{H(\min)} = \frac{C_{\max} - C_T}{C_{\max} - C_{\min}} \quad (9)$$

Приняты следующие обозначения: $C_{H(\max)}$ – нормализованное значение максимизируемого критерия, а $C_{H(\min)}$ – нормализованное значение минимизируемого критерия. $C_{\max}$ и $C_{\min}$ – максимальное и минимальное значения критерия, C_T – текущее значение критерия. Теперь, когда оба критерия нормализованы, значение глобального может быть рассчитано по формуле (10):

$$C_{\text{ГЛОБ}} = \sum_i v n_i C_{H_i} \quad (10)$$

Здесь за w_i обозначены нормализованные веса критериев. Работа с данной моделью (получившей название человеко-машинной процедуры) происходит в два этапа. На первом человек (лицо принимающее решение – ЛПР) задаёт значения весов критериев или накладывает ограничения на текущие значения критериев. Затем, на втором этапе, осуществляется поиск значения глобального критерия с помощью ЭВМ. ЛПР анализирует полученное решение, при необходимости меняет ограничения и процесс продолжается до нахождения приемлемого решения. Рассмотрим пример построения и работы с данной процедурой.

Для проведения дальнейшего исследования нами были выбраны, акции трёх компаний ООО «Газпром», «Международная машиностроительная компания (ММК)», «Новолипецкий металлургический комбинат (НМЛК)», котировки которых по мнению аналитиков, на момент проведения исследования находились в зоне роста (<https://www.finam.ru/>). На рисунке 1 приведены котировки выбранных компаний за 12 месяцев. Была осуществлена выборка в качестве 24 значений в период 10 декабря 2015 г. по 10 декабря 2016 г.

Рисунок 1. Котировки акций компаний Газпром, НМЛК, ММК

Доходность бумаги d рассчитывалась по формуле (11):

$$d = \frac{S_{\kappa} - S_0}{S_0} \quad (11),$$

где S_0 – начальная, а S_{κ} – конечная стоимость бумаги за рассматриваемый период. Значения доходностей бумаг приведены в таблице 1.

Таблица 1. Доходности портфеля трех ценных бумаг

Наименование компании	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Газпром	-2,79	0,52	3,84	4,41	14,59	-12,5	-4,38	-1,82	-2	-0,08	2,75	6,93
ММК	1,41	1,1	13,96	7,69	8,94	-6,58	23,57	3,69	-6,4	11,2	7,91	0,03
НЛМК	4,13	13,37	12,95	8,42	-1,58	-2,65	15,06	-5,79	-8,4	23,61	14,86	2,83

По полученным значениям была построена ковариационная матрица доходностей. Для расчёта ковариационной матрицы использовался инстру-

мент «ковариация» из пакета «Анализ данных» MS Excel. Матрица представлена в таблице 2.

Таблица 2. Ковариационная матрица доходностей ценных бумаг (Λ)

	Доходность Газпрома	Доходность ММК	Доходность НМЛК
Доходность Газпрома	40,60785219	14,05795109	4,386488303
Доходность ММК	14,05795109	67,39416273	51,46041796
Доходность НМЛК	4,386488303	51,46041796	88,14956985

Далее были найдены максимальные и минимальные значения дисперсии портфеля и его доходности. Для этого решались задачи 12 и 13 (это задачи 6 и 7, но без ограничений):

$$\sigma_{\Pi}^2 = \omega^T \Lambda \omega \rightarrow \min (\max),$$

$$\sum_{i=1}^n \omega_i = 1, \quad \omega_i \geq 0, i = 1, \dots, n \quad (12),$$

$$r_{\Pi} \rightarrow (\min) \max$$

$$\sum_{i=1}^n \omega_i = 1, \quad \omega_i \geq 0, i = 1, \dots, n \quad (13)$$

Таким образом, были получены максимальное и минимальное значение доходности портфеля и дисперсии портфеля. Данные значения представлены в таблице 3.

Таблица 3. Максимальное и минимальное значение критериев

	Max	Min
Доходность	6,314	0,7854
Дисперсия (риск)	88,149	29,135

При решении задачи 6а необходимо воспользоваться методом обобщённого приведённого градиента, который реализован в надстройке «Поиск решения» MS Excel, начиная с 10 версии. При использовании более ранних версий рекомендуется использовать метод сопряжённых градиентов, указываемый в меню «параметры». Наложение ограничений возможно производить через меню «ограничения» надстройки «Поиск решений».

Рассмотрим работу с построенной ЧМП.

Шаг 1. Зададим значения весов равными 100 и не будем накладывать никаких ограничений. Получили значение глобального критерия равное 0,74. Остальные значения приведены в таблице 4.

Анализ: из таблицы видно, что значение риска близко к оптимальному, чего не скажешь о доходности. Доля бумаг в портфеле приблизительно равная.

Таблица 4. Значения дисперсии и доходности портфеля на 1 шаге

Критерий	Вес критерия	Текущее значение критерия	Нормированное значение критерия	Max	Min
Дисперсия	100	35	0,9006	88,149	29,135
Доходность	100	3,9704	0,5761	6,314	0,7854
Наименование ценной бумаги			Газпром	ММК	НЛМК
Доля бумаги в портфеле			0,323	0,335	0,342

Шаг 2. Попробуем улучшить значение доходности, задав вес данного критерия равный 150. Значение глобального критерия на этом шаге равно 0,733, остальные значения приведены в таблице 5.

Таблица 5. Значения дисперсии и доходности портфеля на 2 шаге

Критерий	Вес критерия	Текущее значение критерия	Нормированное значение критерия	Max	Min
Дисперсия	150	48,918	0,779	88,149	29,135
Доходность	100	5,096	0,664	6,314	0,7854
Наименование ценной бумаги			Газпром	ММК	НЛМК
Доля бумаги в портфеле			0,159	0,440	0,401

Анализ: из таблицы 5 видно, что мы добились улучшения значения доходности, при этом ухудшив значения риска (дисперсия увеличилась). Изменилась также структура портфеля.

Шаг 3. Попробуем достичь значения дисперсии не более 40, а значения доходности не менее 5,5. Для этого восстановим равные значения весов и введём указанные ограничения через окно ограничения надстройки «Поиск решения». Поиск решения не увенчался успехом – получили сообщение, представленное на рисунке 2. Это говорит о том, что требуемые значения критериев лежат вне области допустимых значений.

Рисунок 2. Нет решения задачи с указанными ограничениями

Данная процедура может быть продолжена до получения приемлемого значения.

Таким образом, на основе полученных данных можно сделать вывод, что прямые человеко-машинные процедуры являются удобным инструментом, позволяющим исследовать границы допустимых значений с целью оптимизации структуры инвестиционного портфеля. Мы наблюдаем, что ЧМП не всегда могут найти допустимые значения при заданных ограничениях.

Литература

1. Татарников О.В. Математика для экономистов. Практикум [Электронный ресурс]: учеб. Пособие для академического бакалавриата – М. Издательство Юрайт. 2016. – 285 с.
2. Колмаев В.А. Математические методы и модели исследования операций: Учебник для вузов - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 592 с.
3. Матвеев А.Г. Методы оптимальных решений: учебное пособие / А.Г.Матвеев: Объединённый фонд электронных ресурсов “Наука и образование”. Рег. № 21711 от 17.03.2016, 2016. – 165 с.

Поиск наилучшего проекта для инвестиций на базе сравнения бизнес-планов методом ELECTREI

Масальская М.А., Горбунова М.А., студенты
Научный руководитель: Матвеев А.Г., к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Статья посвящена выбору наилучшего инвестиционного проекта на основе сравнения бизнес-планов методом ELECTREI. Проблема состоит в разнообразии инвестиционных проектов, а также в сложности принятия решения о том, какой бизнес является наилучшим для инвестирования. Проведенный анализ позволяет утверждать, что с помощью применения метода РИПСА можно осуществить многокритериальный выбор.

Ключевые слова: Инвестирование, многокритериальный выбор, прибыль, рентабельность.

Abstract. This article is devoted to the choice of the investment project on the basis of comparison of business plans by the ELECTREI method. Relevance of this problem consists in a variety of investment projects and in complexity of decision making about in what business it is necessary to invest. The conducted research allows to claim that with the help of application of the RIPSА method it is possible to perform the mnogokriterialny choice.

Keywords: Investment, multicriteria choice, profit, profitability.

Составление бизнес-плана является одним из необходимых элементов процесса планирования бизнеса. В нем отражаются ключевые показатели, которые обосновывают целесообразность проекта, раскрывают суть предполагаемого направления деятельности. Как показывает статистика, около 90% бизнес-проектов разоряется в первые годы своей деятельности, поэтому выбор вида бизнеса, представляется насколько сложной, настолько и актуальной задачей. Бизнес-проект оценивается рядом критериев, а значит и задача выбора является многокритериальной.

На современном этапе существует достаточно много методов, которые позволяют осуществить многокритериальный выбор [1, 2]. Для принятия решения можно воспользоваться методами ELECTRE, разработанными группой французских ученых во главе с профессором Б. Руа. В методах ELECTRE не определяется количественный показатель качества каждой из альтернатив, а лишь устанавливается факт превосходства одной альтернативы над другой, для чего производится расчёт так называемых индексов попарного сравнения.

Методы, основанные на разработке индексов попарного сравнения альтернатив (РИПСА), реализуются в два этапа. На первом этапе строятся индексы попарного сравнения альтернатив. Индексы попарного сравнения строятся на основе принципов согласия (concordance – c) и несогласия (disconcordance – d). В соответствии с этими принципами альтернатива A_i признается не хуже альтернативы A_j , если достаточно большое число критериев подтверждает это утверждение, а возражения по остальным критериям не слишком сильны.

Формируется три множества: множество I^+ , включающее критерии, по которым альтернатива A_i превосходит альтернативу A_j , множество I^- , состоящее из критериев, по которым альтернативы равны, а также множество I^0 объединяющее критерии, по которым альтернатива A_i хуже A_j .

Каждому критерию присваивается коэффициент важности P_i . Б.Руа предлагает данные коэффициенты определить, как количество голосов экспертов, отданных за данный критерий.

В методе ELECTREI индекс согласия с тем, что альтернатива A_i лучше альтернативы A_j определяется как отношение суммы весов критериев, вошедших в множества I^+ и I^0 к общей сумме (1):

$$C_{A_i \rightarrow A_j} = \frac{\sum_{I^+ \cup I^0} P_i}{\sum_{i=1}^n P_i} \quad (1)$$

Индекс несогласия с гипотезой о превосходстве альтернативы A_i над A_j определяется на основе критерия, более других “не согласного” с превосходством альтернативы A_i над A_j , т.е. по критерию, согласно которому A_j в

наибольшей степени превосходит A_i . В соответствии с этим принципом индекс несогласия рассчитывается по (2):

$$d_{A_i \rightarrow A_j} = \max_i \frac{l_{A_i} - l_{A_j}}{L_i} \quad (2)$$

Далее индекс согласия $C_{A_i \rightarrow A_j}$ будем обозначать $C_{A_i A_j}$, а индекс несогласия $d_{A_i \rightarrow A_j}$ как $d_{A_i A_j}$. [1, с. 115]

На втором этапе вводятся так называемые уровни согласия с гипотезой о превосходстве альтернативы A_i над A_j – α и уровень несогласия – γ . В качестве начального значения уровня согласия α рекомендуется принять максимальное значение индекса согласия $C_{A_i A_j}$, а начальное значение уровня несогласия принять равное минимальному значению уровня несогласия $d_{A_i A_j}$. Далее для каждой пары альтернатив A_i и A_j производится сравнение индекса согласия с уровнем (3):

$$\begin{cases} C_{A_i A_j} \geq \alpha_i \\ d_{A_i A_j} \leq \gamma_i \end{cases} \quad (3)$$

При выполнении данного условия (3), альтернатива A_i признаётся лучше A_j . На принятых уровнях согласия и несогласия формируется т.н. ядро, включающее элементы (альтернативы), находящихся в отношении превосходства. Если анализ ядра позволяет выделить лучшую альтернативу – задача решена. Если нет – меняются значения уровней согласия и несогласия (уменьшается α_i и увеличивается γ_i). Формируется новое ядро, производится его анализ с целью выделения наилучшей альтернативы, и т.д. Продемонстрируем применение метода на следующем примере.

Нами были рассчитаны четыре варианта возможных бизнес-планов, среди которых: организация детского культурно-развлекательного центра (А), производство йогурта-мороженого (В), открытие кафе-библиотеки (С) и гостиницы для домашних животных (D). Выбирая вложения в тот или иной вид деятельности, предприниматель должен руководствоваться такими показателями как капитальные вложения, срок окупаемости, рентабельность проекта, критическая выручка, а также сумма чистого дисконтированного дохода.

Составление бизнес-плана – это сложная многомерная система расчетов, в результате которых формируются показатели экономической деятельности. По предварительным расчетам для реализации проекта детского культурно-развлекательного центра необходимо административное здание общей площадью около 400 кв. м. Необходимо учесть составление дизайн проекта, обеспечение которого обойдется в 200000 руб. Восстановительные работы и обустройство территории потребуют денежные средства в размере 1800000

руб., исходя из рыночной стоимости косметического ремонта 4500 руб. за 1 кв. м. Остальные статьи затрат на организацию бизнеса представлены в таблице 1.

Таблица 1. Капитальные вложения

Наименование	Стоимость (руб.)
Вложения во внеоборотные активы, в т.ч.:	2360000
Стоимость восстановительных работ и обустройства территории	1800000
Составление дизайн проекта	200000
Прочие затраты разового характера: организационные, имущество с низкой стоимостью длительного использования, арендная плата,	360000
в т.ч. стартовая реклама	200000
Аренда и другие	160000
Вложения в оборотные активы, в т.ч.:	2120000
Приобретение, установка и монтаж оборудования, мебели	2000000
Прочие материальные затраты (канцтовары, связь, средства гигиены и т.п.)	120000
Итого:	4480000

Таким образом, для открытия детского культурно-развлекательного центра потребуются капитальные вложения в размере 4480000 руб.

Чистый дисконтированный доход (ЧДД) определяется как сумма текущих эффектов за весь расчетный период, приведенная к начальному шагу. Расчет проведен на реально обозримый горизонт в 5 лет. Расчет чистого дисконтированного дохода представлен в таблице 2.

С учетом суммы чистого дисконтированного дохода равной 12126108,9 руб., рассчитывается срок окупаемости. Для рассматриваемого проекта он составит 16 мес., т.е. первоначальные вложения и другие затраты, связанные с инвестиционным проектом, покроются суммарными результатами его осуществления менее, чем за два года.

Одним из важных показателей является рентабельность. С учетом выше указанных расчетов для проекта детского культурно-развлекательного центра она составит 170,6% за пятилетний период (4):

$$R = \frac{12126108,9 - 4480000}{4480000} = 170,6\% \quad (4)$$

Таблица 2. Расчет чистого дисконтированного дохода детского культурно-развлекательного центра

Шаг расчета год	Капитальные вложения, руб.	Доходы за вычетом расходов, руб.	Коэффициент дисконтирования при $E=19,6\%$	Чистый дисконтируемый доход, руб.
0	4840000	2627226,1	1	2627226,1
1		3424768,2	0,833	2852831,9
2		3298429,2	0,694	2289109,8
3		3148050,1	0,579	1822721,1
4		2965419,6	0,482	1429332,2
5		2748477,2	0,402	1104887,8
Сумма ЧДД				12126108,9

На рисунке 1 представлен график точки безубыточности. Согласно расчетам, критическая выручка для детского культурно-развлекательного центра равна 340000 рублей, то есть точка безубыточности в натуральном выражении составит 1500 человек.

Рисунок 1. График безубыточности

Аналогичным образом были рассчитаны основные показатели по трем другим бизнес-проектам. Исходные данные для дальнейшего анализа с помощью метода ELECTRE представлены в таблице 3.

Таблица 3. Исходные данные

Альтернатива	Капитальные вложения, (руб.)	Срок окупаемости, (мес.)	Рентабельность проекта, (%)	Критическая выручка, (руб.)	Сумма чистого дисконтируемого дохода, (руб.)
A	4480000	16	170,6	262521	12126108,9
B	260000	13	76,4	135654	2367469
C	1527578	26,28	59,2	99321,8	7654981,1
D	965500	13	200	498241,3	10587399
Вес	11	7	3	5	8
max	10000000	60	350	2000000	250000000
min	10000	1	28	5000	600000
L	9990000	59	322	1995000	249400000

Значения весов были получены экспертным путем, в ходе опроса студентов экономических специальностей старших курсов. Рассчитанные индексы согласия и несогласия по формулам 1 и 2 представлены в таблицах 4, 5.

Таблица 4. Матрица индексов согласия

	A	B	C	D
A	*	11/34	18/34	13/34
B	23/34	*	18/34	23/34
C	16/34	13/34	*	5/34
D	21/34	18/34	29/34	*

Таблица 5. Матрица индексов несогласия

	A	B	C	D
A	*	0,422	0,296	0,352
B	0,293	*	0,053	0,384
C	0,346	0,220	*	0,437
D	0,118	0,182	0,200	*

Начальный уровень согласия примем $\alpha=29/34$, а несогласия $\gamma=0,053$. При данных значениях ни одна пара альтернатив не попала в ядро. Продолжаем последовательно уменьшать значение уровня согласия и увеличивать значение уровня несогласия (лучше это делать не одновременно, а поочередно) [2, с. 132].

При уровне согласия равном и уровне несогласия, равном (в таблицах 6 и 7 выделены цветом) в ядро вошли пары альтернатив, утверждающие превосходство альтернативы В над С, D над А, В и С.

Таблица 6. Матрица индексов согласия № 4

	A	B	C	D
A	*	11/34	18/34	13/34
B	23/34	*	18/34	23/34
C	16/34	13/34	*	5/34
D	21/34	18/34	29/34	*

Таблица 7. Матрица индексов несогласия

	A	B	C	D
A	*	0,422	0,296	0,352
B	0,293	*	0,053	0,384
C	0,346	0,220	*	0,437
D	0,118	0,182	0,200	*

Результат представлен на графе (рисунок 2).

Рисунок 2. Результирующий граф

Таким образом, получаем, что альтернатива D является лучшей, то есть наиболее оптимальным вложением денег является бизнес по открытию гостиницы для домашних животных. В ходе проведения расчетов с помощью метода, основанного на разработке индексов попарного сравнения альтернатив, а именно, метода ELECTREI, был найден наилучший вариант вложения денежных средств. Данный метод может с успехом применяться в практической деятельности с целью помощи для ЛПР (лица, принимающего решение).

Литература

1. Ларичев О.И. Теория и методы принятия решений. 2-е изд., перераб. И доп. - М. Логос, 2008. - 392 с.

2. Матвеев А.Г. Методы оптимальных решений: учебное пособие / А.Г.Матвеев.: Объединённый фонд электронных ресурсов “Наука и образование”. Рег.№ 21711 от 17.03.2016, 2016. – 165 с.

Выбор варианта инвестиций с помощью метода анализа иерархий

*Полянских А.А., Шарафлисламова М.Р., студенты
Научный руководитель: Матвеев А.Г., к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье обосновывается необходимость решения задачи выбора бизнес-плана на основе учёта группы критериев. Рассматриваются основные этапы метода аналитической иерархии. Приводится решение задачи выбора бизнес-плана методом аналитической иерархии.

Ключевые слова: метод анализа иерархий, критерии оценки, капитальные вложения, чистый дисконтированный доход, рентабельность.

Abstract. The article substantiates the necessity of solving the problem of choosing a business plan on the basis of groups of criteria. The basic steps of the method of analytic hierarchy. Provides a solution to the problem of choosing a business plan by the method of analytic hierarchy.

Keywords: a method of the analysis of hierarchies, evaluation criteria, capital investments, the net discounted income, profitability.

Только хорошая идея способна привлечь интерес и деньги инвесторов. Варианты инвестиций оцениваются с позиций его технической исполнимости, экономической и общественной эффективности, безопасности, риска и ряда других [1]. Поэтому при наличии нескольких вариантов инвестиций, даже оформленных в виде бизнес-планов, выбор одного из них представляет довольно сложную задачу.

В зависимости от поставленных целей при оценке инвестиционных проектов оцениваются различные показатели. Так при оценке экономической эффективности важнейшим показателем выступает чистый дисконтированный доход (ЧДД). ЧДД, за рассматриваемый период, может быть рассчитан по формуле (1):

$$\text{ЧДД} = \sum_{i=1}^m \Phi_i \alpha_i, \quad (1)$$

где Φ_i – чистый денежный приток на m -м шаге, а α_i – коэффициент дисконтирования денежных потоков (как притоков, так и оттоков) на шаге m .

Значение ЧДД, выраженное в базисных ценах, характеризует превышение суммарных денежных поступлений над суммарными затратами для данного проекта с учетом неравноценности затрат и результатов, относящихся к различным моментам времени.

Различные проекты имеют различный срок окупаемости, который определяется как продолжительность периода до наступления момента окупаемости. Отсчитываться срок окупаемости начинает либо от начала проекта (начала нулевого шага) либо от начала операционной деятельности. После наступления момента окупаемости чистый доход становится неотрицательным.

Любой проект требует начального капитала, поэтому немаловажным фактором является величина капитальных вложений. К капитальным вложениям относятся материальные и нематериальные активы: затраты на приобретение земельных участков, зданий, лицензий, технологий и т.п.

Как правило, реализация инвестиционного проекта происходит в условиях ограниченности финансовых средств, а значит, требует привлечения внешних финансовых ресурсов, за которые необходимо платить (проценты за кредит). Показатель, характеризующий относительный уровень этих расходов, определяется как внутренняя норма доходности (ВНД) или рентабельность. ВНД показывает верхнюю границу допустимого уровня банковской процентной ставки, превышение которой делает проект убыточным.

Таким образом, оценивать проекты приходится по группе различных, зачастую противоречивых, критериев. В настоящее время разработано достаточно большое количество методов, позволяющих осуществить многокритериальный выбор [3]. Одним из них является метод анализа иерархий (МАИ), разработанный американским математиком Томасом Саати [2].

Анализ проблемы принятия решений в МАИ начинается с построения иерархической структуры, которая отражает цели, критерии, альтернативы и иные факторы, оказывающие влияние на выбор. Важным шагом является определение приоритетов, определяющих значимость или предпочтительность элементов построенной структуры. Расстановка приоритетов выполняется с помощью процедуры парных сравнений. Выполненная расстановка проверяется на согласованность (или непротиворечивость). На заключительном этапе выполняется синтез оценок каждой альтернативы. Наилучшей является альтернатива с максимальным значением оценки.

Покажем, как этот метод работает. Нами были рассмотрены варианты возможных инвестиций в условиях г. Оренбурга в настоящий период. Для этого был проведён анализ существующего и потенциального спроса на различные виды услуг. По результатам проведённого анализа мы остановились на следующих вариантах: открытие детского культурно-развлекательного центра, ресторана, магазина одежды и автосервиса. Для каждого варианта были рассчитаны бизнес-планы. Результаты расчета представлены в таблице 1.

Таблица 1. Результаты расчета бизнес-планов

Бизнес	Капитальные вложения, руб. (X1)	Рентабельность, % (X2)	Срок окупаемо- сти, мес. (X3)	Чистый дисконти- рованный доход, руб. (X4)
Детский культурно-развлекательный центр «В гостях у сказки» (А)	4480000	170,7	16	12510813,9
Ресторан «Камелот» (В)	9693776	156,3	11	12444884
Магазин одежды «Меридиан» (С)	1820000	98	12	103833,4
Автосервис «Крокодил» (D)	5450000	176,4	54	124621

Предварительный анализ данных, представленных в таблице 1, показывает, что рассматриваемые проекты относятся к множеству Эджворта-Парето, то есть являются несравнимыми. Каждая из них по какому-нибудь критерию лучше других.

Для того чтобы выяснить, какой из данных проектов является предпочтительным, проведем попарный анализ критериев.

При попарных сравнениях по Методу Аналитической Иерархии в ранжирование ЛПР дается шкала словесных определений уровня важности, причем каждому определению ставится в соответствие число (таблица 2). При необходимости разрешается использовать и промежуточные значения.

Таблица 2. Шкала относительной важности

Уровень важности	Количественное значение
Равная важность	1
Умеренное превосходство	3
Существенное или сильное превосходство	5
Значительное (большое) превосходство	7
Очень большое превосходство	9

Результаты сравнения фиксируются в специальной матрице сравнений (см. таблицу 3). Если при сравнении элемента А с элементом В принято значение равное b , то в ячейку, содержащую результат сравнения элемента В с А (симметричную относительно главной диагонали) должно быть записано число $1/b$.

Приступим к заполнению ячеек таблицы 3.

Таблица 3. Оценка попарных сравнений критериев

	X1	X2	X3	X4	Собственный вектор	Нормированный вектор
X1	1	0,25	4	0,17	0,642	0,11
X2	4	1	4	0,25	1,414	0,25
X3	0,25	0,25	1	0,2	0,334	0,03
X4	6	4	5	1	3,31	0,61
Итого	11,25	5,5	14	1,62	-	1

Главной целью бизнес – проекта является получение прибыли. Вкладывая в проект капитальные вложения, человек рассчитывает не только вернуть вложенные средства, а получить, конечно же, прибыль, эффективность которой определяется ЧДД и поэтому он наиболее важен для нас (важность данного критерия отражена в строке X₄ таблицы 3). Вторым по уровню значимости мы считаем индекс рентабельности, поскольку именно он отражает прибыль, полученную с 1 рубля, вложенного в организацию бизнеса. На третьем месте по важности находится такой критерий, как капитальные вложения, который, в свою очередь, приоритетнее, чем время, затраченное на окупаемость проекта. Численный результат проведённого анализа представлен в таблице 3.

Человеку свойственно ошибаться. Выполняя попарные сравнения возможно нарушить условие транзитивности, т.е. из того, что А лучше В, а В лучше С должно следовать, что А лучше С. Для проверки выполненных сравнений на согласованность в данном методе предусмотрена следующая процедура. Рассчитываются собственные вектора для каждой строки как корень n из произведений элементов – по формуле (2):

$$CB = \sqrt[n]{a_1 \cdot \dots \cdot a_n} \quad (2)$$

Так например для строк 1 и 2 значения собственных векторов равны:

$$CB_{x_1} = \sqrt[4]{1 \cdot 0,25 \cdot 4 \cdot 0,17} = 0,642 ;$$

$$CB_{x_2} = \sqrt[4]{4 \cdot 1 \cdot 4 \cdot 0,25 \cdot 1} = 1,414 .$$

Собственные векторы по критериям X₄ и X₃ рассчитываются соответственно. Рассчитанные значения нормируются. Рассчитаем нормированный вектор с помощью метода Гаусса:

$$\begin{cases} x_1 + x_2 + x_3 + x_4 = 1 \\ 0,642 \cdot x_2 - 1,414 \cdot x_1 = 0 \\ 1,414 \cdot x_3 - 0,334 \cdot x_2 = 0 \\ 0,334 \cdot x_4 - 3,31 \cdot x_3 = 0 \end{cases} \Leftrightarrow \begin{cases} x_1 + x_2 + x_3 + x_4 = 1 \\ x_1 = 0,11 \\ x_2 = 0,25 \\ x_3 = 0,03 \\ x_4 = 0,61 \end{cases}$$

Выполним проверку согласованности, для этого:

1) В матрице попарных сравнений, рассчитаем сумму элементов каждого столбца;

2) Сумму элементов каждого столбца умножим на соответствующий нормированный вектор:

$$\lambda_1 = 11,25 \cdot 0,11 = 1,24$$

$$\lambda_2 = 5,5 \cdot 0,25 = 1,38$$

$$\lambda_3 = 14 \cdot 0,03 = 0,42$$

$$\lambda_4 = 1,62 \cdot 0,61 = 0,99$$

3) Полученные числа суммируются:

$$\lambda_{\max} = 1,24 + 1,38 + 0,42 + 0,99 = 4,03$$

4) Рассчитаем индекс согласованности:

$$L = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1} = \frac{4,03 - 4}{4 - 1} = 0,01$$

5) Значение индекса согласованности R для кососимметрической матрицы, заполненной случайным образом, выбираем из специальной таблицы 4. [3] Так для матрицы n=4 индекс R=0,9. Рассчитываем отношение L к R.

Таблица 4. Значения R

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
0	0	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49	1,51	1,48	1,56	1,57	1,59

Если значение $T \leq 1$, то согласованность не нарушена:

$$T = \frac{L}{R} = \frac{0,01}{0,9} \approx 0,01 \leq 0,1.$$

Аналогичным образом осуществляется сравнительная оценка альтернатив по каждому критерию. Рассмотрим сравнение по критерию X_1 (таблица 5), а остальные решаются аналогично.

Таблица 5. Сравнение по критерию X_1 (капитальные вложения, тыс. руб.)

	A	B	C	D	Собственный вектор	Нормированный вектор
A	1	5	0,17	4	1,358	0,22
B	0,2	1	0,13	0,25	0,284	0,03
C	6	8	1	7	4,281	0,66
D	0,25	4	0,14	1	0,611	0,09
Итого	7,45	18	1,44	12,25	-	1

Для данной таблицы также рассчитываем индекс согласованности:

$$L = \frac{4,27 - 4}{4 - 1} = 0,09 ,$$

где n – число сравниваемых элементов (размер матрицы). Заметим, что для кососимметрической матрицы $\lambda_{\max} \geq n$.

$$T = \frac{L}{R} = \frac{0,09}{0,9} = 0,10 \leq 0,1 .$$

Сравнение по остальным критериям проводится аналогично.

Определим наилучшую альтернативу.

Синтез полученных коэффициентов важности осуществляется по формуле:

$$V_j = \sum_{i=1}^N w_i V_{ij} ,$$

где V_j – показатель качества j -й альтернативы;

w_i – вес i -го критерия (значение нормированного вектора);

V_{ij} – оценка j -й альтернативы по i -му критерию.

Для четырех площадок проведенные вычисления позволяют определить:

$$V_{(A)} = 0,11 \cdot 0,22 + 0,25 \cdot 0,58 + 0,03 \cdot 0,55 + 0,61 \cdot 0,59 = 0,546$$

$$V_{(B)} = 0,11 \cdot 0,03 + 0,25 \cdot 0,06 + 0,03 \cdot 0,11 + 0,61 \cdot 0,24 = 0,168$$

$$V_{(C)} = 0,11 \cdot 0,66 + 0,25 \cdot 0,11 + 0,03 \cdot 0,05 + 0,61 \cdot 0,06 = 0,138$$

$$V_{(D)} = 0,11 \cdot 0,09 + 0,25 \cdot 0,25 + 0,03 \cdot 0,29 + 0,61 \cdot 0,11 = 0,1482$$

Таким образом, видно, что альтернатива А – наилучшая, так как важность является наибольшей, это детский культурно-развлекательный центр «В гостях у сказки», капитальные вложения которого составляют 4480000 рублей, рентабельность составляет 170,7 %, срок окупаемости 16 месяцев, чистый дисконтированный доход 12510813,9 рублей. Следовательно, этот бизнес-план является, по методу МАИ, наиболее предпочтительным среди рассматриваемых.

Литература

1. Матвеев А.Г. Методы оптимальных решений: учебное пособие / А.Г.Матвеев: Объединённый фонд электронных ресурсов “Наука и образование”. Рег. № 21711 от 17.03.2016, 2016. – 165 с.

2. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (Вторая редакция, исправленная и дополненная) (утв.

Минэкономики РФ, Минфином РФ и Госстроем РФ от 21 июня 1999 г. N ВК 477)

3. Саати Т. Л., *Принятие решений. Метод анализа иерархий*. М.: Радио и связь, 1993. С. 278.

Развитие национальной системы платёжных карт в России

Мантрова А.А., студент

*Научный руководитель: Трипкош В.А., к.т.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Развитие собственной национальной платёжной системы является одним из факторов независимости платёжного пространства страны и её общей самостоятельности на международной арене в целом. В статье рассмотрены этапы и проблемы становления национальной платёжной системы в России, а также вопросы, касающиеся её безопасности и степени внедрения на современном этапе.

Ключевые слова: финансовые услуги, платёжная система, транзакции, электронные платёжные средства

Abstract. The development of its own national payment system is one of the factors of the country's independence payments space and its total independence in the international arena as a whole. The article describes the stages and problems of formation of the national payment system in Russia, as well as questions relating to its security and the degree of implementation at this stage.

Keywords: financial services, payment system transactions, electronic payment means

Национальная система платёжных карт (НСПК) – операционный и платёжный клиринговый центр для обработки операций по банковским картам внутри России и оператор национальной платёжной системы «Мир». АО НСПК было создано 23 июля 2014 года на основании федерального закона от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платёжной системе» (в редакции федерального закона от 05.05.2014 № 112-ФЗ) [1]. АО НСПК на 100 % принадлежит Центральному банку Российской Федерации.

При организации проекта национального масштаба необходима разработка достаточной нормативно-правовой базы, которая призвана, как формировать общее представление о системе, так и регулировать её функционирование. Проект реализуется согласно утвержденной Наблюдательным советом АО «НСПК» «Стратегии развития Национальной платёжной системы». Первая попытка формирования правовой базы была предпринята в начале 2000-х годов. Однако в законодательные нормы не вошли все необходимые пункты, в результате чего проект был заморожен.

В 2011 году был принят федеральный закон № 161-ФЗ «О националь-

ной платежной системе», который описывает национальную платёжную систему как всю совокупность операторов по переводу денежных средств, определяет основные понятия, регулирует порядок оказания платежных услуг, а также определяет требования к организации платёжных систем и их функционированию, определяет порядок осуществления надзора и наблюдения в национальной платёжной системе. Данный закон является основным, но не единственным. Также нормативно-правовыми документами, регулирующими данную область являются:

- ФЗ № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)»;

- ФЗ № 112-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О национальной платежной системе» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»;

- ФЗ № 319 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»;

- Указание Банка России от 16.12.2014 N 3493-У «Об организации взаимодействия и получении операционных услуг и услуг платёжного клиринга по переводам денежных средств с использованием международных платёжных карт».

Первые попытки создания национальной системы платёжных карт были предприняты в начале 1990-х. Начало развития современной российской платёжной системы было положено в середине 1990-х годов. В 1995 году в Центральном Банке была создана Рабочая группа по новым платёжным инструментам. Задачей группы было решение вопросов, связанных с развитием рынка пластиковых карт в Российской Федерации. В 1996 году в прессе появились упоминания проекта национальной платёжной системы.

До настоящего времени национальная система претерпела ряд трансформаций и доработок. Однако до её глобального использования и внедрения на рынок финансовых услуг не хватало существенной причины. Ещё в 2009 году 96,5 % опрошенных банков поддержали решение внедрения и применения Национальной системы платёжных карт, однако реальное применение не было произведено, банки не могли определиться с областью и долей рынка платёжных транзакций.

После усложнения межгосударственных отношений и введении ряда санкций в отношении России, в частности в связи с присоединением полуострова Крым, такие международные платёжные системы, как Visa и MasterCard остановили обслуживание в нескольких российских банках, что послужило толчком к стабилизации платёжного пространства страны и укреплению собственной платёжной системы. С этого момента операционные центры и платёжные клиринговые центры, работающие с внутрироссийскими транзакциями, должны обязательно находиться на территории страны [2].

Созданное 23 июля 2014 года АО «Национальная система платёжных карт» имело в своей миссии решение двух основных задач. Это с одной сто-

роны создание центров по обработке и обслуживанию международных карт и с другой стороны выпуск и продвижение национальной платёжной карты. Вторая задача наиболее сложна и требует больше времени для её решения, так как необходимо произвести работу от разработки общих правил и протоколов до полного их внедрения и приживания на рынке финансовых услуг. При общей значимости и трудоёмкости решений, обе задачи должны были быть решены в минимально короткие сроки.

Если поставленные задачи будут решены, то национальная платёжная система станет удобным инструментом на финансовом рынке, дающий возможность населению осуществлять привычные операции внутри страны, а также необходимые расчётные международные операции при финансовом суверенитете страны.

Безопасность – это один из основных критериев оценки качества платёжной системы. В целях её обеспечения для российской НСПК Федеральная служба безопасности планирует перевести систему на российскую криптографию [3]. Такое решение обусловлено рядом угроз от применения зарубежной системы криптографии (таблица 1).

Разработка национальных стандартов и организация работы платёжной системы на основе российских технологий призваны обеспечить бесперебойность работы системы и её защищённость. Руководители проекта приняли решение о разработке принципиально новой технологической системы национальной платёжной системы.

Таблица 1. Риски использования зарубежной системы криптографии

Риск	Возможные последствия
Управление ключевой информацией по зарубежным технологиям и стандартам	Отзыв сертификатов
Риск введения санкций на использование	Нарушение функционирования системы
Скрытые функциональные возможности	Несанкционированный доступ к информации
Технологическая несамостоятельность	Торможение технологического развития в рамках страны, зависимость от других стран
Невозможность предвидения угроз по причине замкнутости системы	Нарушение работоспособности системы
Соответствие национальному законодательству	Возникновение юридических барьеров для использования

В НСПК применяются российские системы безопасности, собственное программное обеспечение, созданное группой программистов внутри компании, а также уникальная операционно-технологическая платформа.

Для обеспечения безопасности электронных платежей АО «НСПК» взяло на себя обязательство по разработке собственных сервисов. В конце 2016 года по картам «Мир» начало тестирование транзакций с использованием нового поколения стандарта безопасной электронной коммерции 3D Secure 2.0, которая принадлежит международной компании EMVCo.

Технология 3D Secure предполагает организацию аутентификации и персонализации платежей с целью обеспечения конфиденциальности пользо-

вателей и защиты информации, которая заключается в подтверждение каждой операции, совершаемой пользователем, специальным одноразовым паролем, который пользователь получает на мобильный телефон в виде SMS. Можно сказать, что внедрение данного стандарта призвано обеспечить большую защищённость клиентов, так как принцип его работы основывается на подтверждении денежно операции исходя из результатов комплексной информации об устройстве, с которого совершается платёж. Применение 3D-Secure 2.0 в промышленных масштабах начнется не ранее 2018 г.

Все исходные коды принадлежат национальной системе. Для микропроцессорной карты (чипа) используется собственное платежное приложение, совместимое с международными стандартами и форматами. Программное обеспечение полностью независимо. Итоговая технология в совокупности обладает полной самостоятельностью и уникальностью. Такой подход также даёт возможность упростить процессы по обслуживанию и организации работы системы.

Помимо максимально широкого использования карты национальной карты внутри страны и массовой эмиссии карты «Мир» в рамках работы национальной платёжной системы карт в среднесрочной перспективе – обеспечить выход на международный рынок и обеспечить возможность создания полноценной конкуренции с другими платёжными системами.

Выдвижение российской национальной платёжной системы карт на международный уровень было организовано за счёт установления сотрудничества с платёжными системами стран Евразийского экономического союза – «БЕЛКАРТ» в Белоруссии и Armenian Card (ArCa) в Армении.

Реализовать прием карт платежной системы «Мир» за рубежом предполагается через кобейджинговые программы с рядом международных платежных систем. В июне 2015 года АО «НСПК» подписало несколько соглашений об обслуживании международных карт, среди них MasterCard по картам системы Maestro, а в июле 2015 года было подписано соглашение с японской системой JCB и американской системой American Express [4]. Теперь банки совместно заняты выпуском карт, которые в России работают как карты «Мир», а в других странах принимаются в международной сети приема Maestro или JCB.

В ноябре 2016 года произошло важное событие для развития российской национальной платёжной системы – в Ереване странами СНГ была подписана резолюция о создании общей финансовой зоны. На базе карты «Мир» будет сформировано единое платежное пространство для стран СНГ. При этом, национальные платежные системы останутся самостоятельными: ArCa – в Армении, «Белкарт» – в Беларуси, «Элкарт» – в Кыргызстане.

На сегодня платёжная система «Мир» объединяет в себе более 130 банков. На декабрь 2016 года 167 банков-участников платёжной системы «Мир» 91 банк обеспечивают обслуживание национальной карты и 45 банков занимаются её выпуском. Число банков, принимающих участие в организации и развитии национальной платёжной системы «Мир», постоянно растёт.

Следует сказать о масштабах действия национальной АО «НСПК», которые определяются финансовыми результатами. Согласно отчётам чистая прибыль за 2015 год составила 1,2 миллиардов рублей, годовой оборот – 2,9 миллиардов рублей. в марте 2016 года первой принимающей к оплате карты «Мир» стал Аэрофлот, а первым оператором мобильной связи Мегафон. Ежедневно процессинговый центр НСПК обрабатывает от 15 до 20 миллионов транзакций.

Значимым в развитии национальной платёжной системы становится 2016 год. Наблюдается наиболее массовое и повсеместное использование карты. На сегодняшний день карты «Мир» могут принимать 23000 банкоматов российских банков. Первыми банками-эмитентами «Мира» стали Газпромбанк, МДМ Банк, Московский Индустриальный банк, Российский национальный коммерческий банк, «Россия», Связь-Банк и СМП Банк [4].

В целом прогнозируемые масштабы по подсчётам Центрального Банка РФ через несколько лет доля национальных карт «Мир» будет составлять 30-40 % от общего числа банковских карт. При этом отмечается, что на настоящий момент около 60 % россиян являются владельцами и пользователями пластиковых карт различного назначения. Более половины от пользователей являются обладателями двух и более карт.

Как и любой другой проект национальная система имеет ряд преимуществ и недостатков [5]. Основными проблемами при внедрении платёжной системы стали:

- сжатые сроки для разработки и внедрения;
- создание принципиально новой функциональной системы;
- согласование условий сотрудничества и интеграции с иными системами.

На современном этапе развития от реализации проекта наблюдаются, как положительные, так и отрицательные моменты (таблица 2).

Таблица 2. Преимущества и недостатки национальной системы платёжных карт

№	Преимущества	Недостатки
1	Независимость от иностранных систем	Ограниченность (как минимум в первое время) границами России
2	Развитие отечественной банковской сферы	Длительный срок создания и введения
3	Соответствие российским представлениям о банковской системе (регулирование российской нормативно-правовой документации)	Необходимость первоначальной (на время полного внедрения) зависимости от иностранных и международных платёжных систем
4	Государственная защита личной информации	Значительные финансовые вложения
5	Соответствие национальной системы потребителю, социальным сервисам, экономическим особенностям и потребностям отечественных потребителей	Дополнительные затраты для российского бизнеса (например, покупка терминалов для расчётов с покупателями)

Можно сказать, что национальная система платёжных карт – это современный высокотехнологичный банковский продукт. На сегодняшний день для её функционирования создана достаточная нормативно-правовая база. НСПК призвана выпускать на рынок дешёвые, надёжные и эффективные финансовые продукты и решения для всех участников финансового рынка: банков, предприятий и держателей банковских карт.

При обладании достаточным количеством недостатков (один из которых является высокие затраты) наличие национальной платёжной системы в современных условиях является необходимым условием финансовой независимости и бесперебойного функционирования государства. Внедрение НСПК обезопасит финансовую систему России от рисков, связанных с нестабильностью мировой банковской системы и политической ситуации в мире.

Литература

1. *Федеральный закон от 27 июня 2011 г. N 161-ФЗ "О национальной платёжной системе" (с изменениями и дополнениями) / Система ГАРАНТ. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/12187279/#ixzz48iPFvnED>*
2. *Национальная система платёжных карт получила себе место на рынке / Газета «Ведомости». – №3989. – 25.12.2015. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2015/12/25/622558-natsionalnaya-platezhnih-mesto>*
3. *«Ведомости»: ФСБ планирует внедрить российскую криптографию в НСПК / Газета.ру. – 17.02.2016. – Режим доступа: http://www.gazeta.ru/business/news/2016/02/17/n_8260481.shtml*
4. *Российские карты «Мир» принимают уже 23 тысячи банкоматов / МТРК «МИР». – 14.04.2016. – Режим доступа: <http://mir24.tv/news/economy/14241157>*
5. *Кочергина А. А. Национальная платёжная система России. Что нас ждёт? Преимущества и недостатки внедрения / SCI-ARTICLE. – 28.11.2015. – Режим доступа: <http://sci-article.ru/stat.php?i=1448655897>*

К вопросу об автоматизации управления процессом получения покрытий промышленной продукции на основе нанотехнологий

Тыщенко Е.А., магистрант

**Научный руководитель: Трипкош В.А., к.т.н., доцент
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Россия**

Аннотация. В статье проводится анализ существующих методик получения нанопокровов и отмечаются основные отличия технологического процесса получения таких покрытий. Предлагается путь автоматизации управления процессом нанесения нанопокровов промышленной продукции за счет создания единого канала диспетчеризации и мониторинга.

Ключевые слова: автоматизация управления, нанотехнологии, нанопокрyтия, промышленная продукция.

Abstract. The article analyzes the existing methods of obtaining nano-and highlights the main differences between the process of obtaining such coatings. Offers a path to automation of the process of application of nano industrial products through the establishment of the single channel dispatching and monitoring.

Keywords: automation control, nanotechnology, nano coatings, industrial products.

Всё чаще и чаще в средствах массовой информации всплывают новости, касающиеся тех или иных сфер, связанные с научными исследованиями, изобретениями или предметами, созданными или обработанными с помощью нанотехнологических методик. Люди задаются вопросом: что такое нанотехнологии?

На данный момент, в соответствии с документом ГОСТ Р 55416-2013 [7], нанотехнологии – это совокупность технологических методов, применяемых для изучения, проектирования и производства материалов, устройств и систем, включая целенаправленный контроль и управление строением, химическим составом и взаимодействием составляющих их отдельных элементов нанодиапазона (это такой диапазон, в котором хотя бы в одном измерении у материального объекта имеется размер от одного до ста нанометров).

На уровне «наномира» у одной наночастицы, взятой у какого-либо вещества, начинают проявляться совершенно новые свойства, нежели чем у этого же вещества, но взятого в масштабах макромира: или механические, или термодинамические, или электрические свойства и др.

Причиной изменения свойств наноматериалов является увеличение объемной доли границ раздела с уменьшением размера зерен или кристаллитов. При этом можно выделить объемную долю следующих составляющих: границ раздела, границ зерен и тройных стыков [2]. Объемную долю границ раздела можно оценить по формуле:

$$\Delta V_{\text{ГР}} = 1 - [(D - s)/D]^3, \quad (1)$$

где s – толщина границ раздела (порядка 1 нм);

D – характерный размер зерна или кристаллита.

Механические свойства нанокристаллических структур определяются тем, что формирование таких структур приводит к изменению свойств по сравнению с массивными аналогами. В частности, к значительному повышению механических характеристик нанокристаллических материалов, среди которых, в первую очередь, необходимо отметить необычайно высокую твердость. Так как твердость характеризует сопротивление материала пластической деформации при вдавливании в него более твердого тела, напри-

мер, алмаза, то существует пропорциональная связь между твердостью и пределом текучести материала (σ_y).

Исторически именно предел текучести материала был первым детально проанализирован на его размерную зависимость, в результате чего получено соотношение, называемое законом Холла-Петча:

$$\sigma_y = \sigma_0 + k_y D^{-n}, \quad (2)$$

где σ_0 – внутреннее напряжение, препятствующее движению дислокации;

k_y – коэффициент, связанный с проницаемостью границы зерна движению дислокаций;

D – размер зерна;

n – это величина, которая изменяется от 1/2 (классический закон Холла-Петча) до значений, лежащих в интервале 1/4 – 1. Считается, что каждому значению показателя степени n соответствует характерный механизм взаимодействия дислокаций с границами зерен. При размерах зерен, превышающих 10^{-6} м, для металлов и сплавов наблюдается достаточно хорошее выполнение классического закона с показателем $n = 1/2$.

Что касается особенностей термодинамических свойств и фазовых равновесных состояний, то на этот счет определенного однозначного толкования нет. Для частиц размером более 10 нм традиционные понятия о поверхностной энергии более применимы. Однако, в случае размеров 1 – 10 нм общие закономерности изменения термодинамических свойств требуют отдельного уточнения, а при размерах менее 1 нм вся частица приобретает свойства поверхностного слоя и требует специального подхода [2].

Электросопротивление металлических твердых тел определяется в основном рассеянием электронов на фононах, дефектах структуры и примесях. Значительное повышение удельного электросопротивления ρ с уменьшением размера структурного элемента отмечено для многих металлоподобных наноматериалов (Cu, Pd, Fe, Ni, Ni-P, Fe-Cu-Si-B, Ni-Al, нитридов и боридов переходных металлов и др.). Причиной являются повышение роли дефектов, а также особенности фононного спектра.

Практически для всех металлоподобных наноматериалов характерно большое остаточное электросопротивление при $T \approx 1 - 10$ K и малое значение температурного коэффициента электросопротивления (ТКЭ). Заметное изменение электросопротивления возникает при $L \leq 100$ нм.

Оценки показывают, что удельное электросопротивление на межзеренной границе составляет $\rho_{gm} \sim 3 \times 10^{-12}$ Ом×см и является практически одинаковым для нано- и крупнокристаллических материалов [4].

Таким образом, электрическое сопротивление наноматериала можно рассчитать по формуле:

$$c_\Sigma = c_0 + c_{gm}(S/V), \quad (3)$$

где ρ_0 – электросопротивление монокристаллического материала с заданным содержанием примесей и дефектов;

S – площадь межзеренных границ;

V – объем.

Именно это чудесное явление, когда вещество приобретает новые свойства на уровне наночастиц, и дало толчок развитию такого научно-технического направления, как нанотехнологии.

Если говорить о том, что закладывали отцы-основатели (Ричард Фейнман, Норио Танигути, Эрик Дрекслер) этого направления в смысл понятия «нанотехнологии»: создание наномеханизмов [1], – пока ещё рано, то на уровне наноматериалов уже создана и широко применяется научно-техническая база.

Так же, наравне с развитием нанотехнологий, методик, и оборудования, реализующего эти методики, стремительно развивается компьютеризация и автоматизация управления технологических процессов. И управление технологическими процессами производства наноматериалов и нанопокровтий – не исключение.

Технологический процесс получения нанопокровтий в целом аналогичен технологическим процессам нанесения обычных видов покровтий.

Отличие состоит лишь в самом первом этапе. При нанесении нанопокровтий – это удаление шероховатостей поверхности на наноуровне.

Всё остальное повторяется: это и подготовка поверхности (очистка, обезжиривание), и сушка (если очистка проводилась в жидкой среде), и нанесение материала, и отверждение.

Для осуществления первого этапа нанесения нанопокровтий – устранения шероховатостей – изобретены два типа шлифовки поверхностей:

- 1) механическая обработка;
- 2) электролитно-плазменная полировка.

Для первого типа используются многокоординатные (до 5 координат) шлифовальные станки с ЧПУ. Они применяются для шлифования наружных, внутренних и торцовых поверхностей прямолинейной и криволинейной формы. Не дают крайне низкие степени шероховатости, но позволяют обработать относительно большие объёмы продукции. Идеально подходит для обработки режущего и формообразующего инструмента, деталей машин и механизмов [3].

Для полировки второго типа используются так называемые установки электролитно-плазменной полировки (далее УПП). Не даёт больших объёмов продукции, но при этом показывает более качественные и низкие степени шероховатости. В основном применяется при подготовке поверхности к нанесению декоративных нанопокровтий [4].

Второй этап – промывка и обезжиривание [5].

В зависимости от объёма производства и характера изделий наибольшее применение получили следующие виды оборудования:

- ручные распылительные установки;
- ванны;
- агрегаты струйной подготовки.

Третий этап осуществляется оборудованием, способным обеспечить осаждение покрытий в вакууме.

Известны следующие вакуумные технологии [6]:

- 1) Оптические – с применением ионных, ионно-плазменных и молекулярных пучков с возможностью получения покрытий высокой группы прочности.
- 2) Упрочняющие – с использованием ионных, ионно-плазменных источников низких и средних энергий, позволяющие получать покрытия с высокими физико-механическими и химическими свойствами.
- 3) Защитно-декоративные и коррозионностойкие – с применением ионно-плазменных источников, позволяющие наносить покрытия в широком спектре цветов при пониженных температурах на различные материалы.
- 4) Алмазоподобные – с использованием ионно-плазменных источников, позволяющие получать покрытия высокой твердости и низким коэффициентом трения.
- 5) Вакуумная металлизация – с применением ионно-плазменных источников, источников тлеющего разряда, позволяющие получать качественные покрытия на различные материалы.
- 6) Вакуумное напыление может быть в ручном, полуавтоматическом и автоматическом режиме работы.

В основе технологии мелкодисперсных и нанопокровтий лежат современные технологии генерации плазменного потока.

При зажигании вакуумной дуги, происходит образование катодного пятна, из которого выходит пар испаряемого материала, ионизирующийся в электрическом поле вблизи катода. Образующаяся при этом плазма практически полностью ионизирована и состоит из многозарядных ионов и капельной фазы материала мишени, доля которой у легкоплавких металлов составляет ~10%, а у тугоплавких металлов ~1%. При определенных режимах возможно образование кластеров из напыляемых ионов типа TiN и др. [4].

В ходе анализа информации о применении различного оборудования в различных сферах промышленности, выполняющего аналогичные функции, и о его работе, было выявлено, что на данный момент, как правило, все вышеперечисленные установки применяются порознь, выполняя различные этапы даже на разных предприятиях на условиях договора подряда, либо в составе одного предприятия, и даже одного цеха, но обособленно, т.е. со стороны руководства цеха или предприятия нет единого канала контроля и управления технологическим процессом нанесения покрытий продукции на основе нанотехнологий.

В связи с вышесказанным, целесообразно предложить создание единого канала диспетчеризации и мониторинга над технологическим процессом нанесения покрытий продукции на основе нанотехнологий, то есть объеди-

нить три группы разного оборудования, выполняющего процесс нанесения нанопокровтий, в единую автоматизированную линию для получения покровтий промышленной продукции на основе нанотехнологий.

Это позволит:

- оповещать о возникновении на объекте аварийных ситуаций;
- вести периодический сбор данных и запись их в архив;
- вести наблюдение в реальном времени в удобной форме;
- визуализировать технологические процессы, протекающие в линии;
- управлять объектом;
- получать отчеты в заданной форме.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- провести анализ существующих методов и технологического процесса нанесения нанопокровтий на промышленную продукцию;
- рассмотреть характеристики оборудования, используемого при получении нанопокровтий;
- провести анализ этого оборудования, его систем управления, и выявить недостатки этих систем управления;
- предложить пути автоматизации управления процессом получения покровтий промышленной продукции на основе нанотехнологий;
- выбрать программную платформу для верхнего уровня АСУ ТП;
- разработать алгоритмы функционирования систем управления в виде блок-схем.

Литература

1. Фейнман, Р.Ф. Внизу полным-полно места: приглашение в новый мир физики: Статья: пер. с англ. / А.В. Хачоян // Российский химический журнал. Перспективы нанотехнологии – 2002. – том XLVI (№ 5) – С. 4–6
2. Азаренков, Н. А. Наноматериалы, нанопокровтия, нанотехнологии: Учеб. пособие / Н. А. Азаренков, В. М. Береснев, А. Д. Погребняк, Л. В. Маликов, П. В. Турбин – Харьков, ХНУ имени В. Н. Каразина, 2009. – 209 с.
3. Григорьев, С. Н. Технологии нанообработки / С. Н. Григорьев, А. А. Грибков, С. В. Алешин – Старый Оскол, 2015. – 243 с.
4. Организация производственного участка для изготовления изделий и нанесения разнофункциональных вакуумных покровтий на ОАО «АВИААГРЕГАТ»: Презентация проекта / ОАО «АВИААГРЕГАТ» - Самара, 2011.
5. Порошковые краски. Технология покровтий: Книга: пер. с англ. / ЗАО «Промкомплект» - Санкт-Петербург: Химиздат, 2001 г. - 256 с.
6. Жданов, А.В. Методы получения наноструктурированных покровтий в машиностроении: Презентация курса лекций / А.В. Жданов – Владимир, ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетова», 2014. – 126 с.

7. ГОСТ Р 55416-2013/ISO/TS 80004-1:2010. Нанотехнологии. Часть 1. Основные термины и определения – Введ. 03.05.2013. – М.: ФГУП «Стандартинформ», 2014. – 8 с.

Актуальность разработки интеллектуальных средств мониторинга экологического состояния промышленных объектов

Логачев С.А., магистрант

*Научный руководитель: Трипкош В.А., к.т.н., доцент
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Россия*

Аннотация. В статье проводится анализ экологической ситуации в стране и основных источников загрязнения окружающей среды. Рассматриваются различные методы мониторинга экологического состояния среды. Отмечается, что существующие методы экологического мониторинга не работают как единая и целостная система. Предлагается разработка интеллектуальных средств мониторинга экологического состояния промышленных объектов.

Ключевые слова: мониторинг экологического состояния, интеллектуальные средства, промышленные объекты.

Abstract. In the article the analysis of the environmental situation in the country and the main sources of environmental pollution. Discusses various methods of monitoring the ecological state of the environment. It is noted that the existing methods of environmental monitoring are not working as a unified and coherent system. It is proposed to develop mining tools for environmental monitoring of industrial facilities.

Keywords: monitoring of ecological status, intellectual resources, industrial facilities.

Экологическая ситуация в Российской Федерации, на сегодняшний день, характеризуется высоким уровнем антропогенного воздействия промышленного производства на природную среду.

Порядка 15% территории, на которой сосредоточена основная часть населения и производства, находится в неудовлетворительном экологическом состоянии. Удельные показатели негативных воздействий на окружающую среду в расчете на душу населения и единицу валового внутреннего продукта в России являются одними из самых высоких в мире. Превышение допустимых концентраций вредных веществ отмечается в атмосферном воздухе 185 городов и промышленных центров России с населением свыше 61 млн. чел. (40% всего населения страны). Случаи пятикратного превышения отмечены более чем в 120 городах. Основными источниками загрязнения воздуха по-прежнему являются предприятия черной и цветной металлургии,

химии и нефтехимии, строительной индустрии, энергетики, целлюлозно-бумажной промышленности, а также автотранспорт [1].

Проблема экологического состояния страны не нова и в настоящее время предложено множество путей ее решения.

В зависимости от точности результатов, которые необходимо получить при проведении мониторинга по тому или иному компоненту, явлению, процессу, от среды, в которой проходят исследования, доступных финансовых и других средств, используют различные методы мониторинга [2]:

- аэрокосмические;
- наземные.

Аэрокосмический метод – система наблюдения при помощи самолетных, аэростатных средств, спутников и спутниковых систем.

Появление глобальной компьютерной сети Интернет и разработка передовых информационных технологий открыли новый этап развития космического экологического мониторинга.

Особенностью нового этапа является широкое использование телекоммуникационной инфраструктуры, а также гипертекстовых и интерактивных информационных технологий, которые чрезвычайно перспективны в дистанционном мониторинге состояния окружающей среды.

Актуальной является также проблема интегрирования национальных информационных ресурсов по окружающей среде, создание региональных баз данных и расширение электронных коллекций по результатам космического экологического мониторинга.

Развитие технологий наблюдения из космоса, создание инфраструктур спутникового экологического мониторинга регионов России наряду с разработкой экологической системы контроля в реальном масштабе времени призваны сыграть ключевую роль в обеспечении безопасности окружающей среды и устойчивого развития экономики России.

В связи с этим создаются [3]:

- Центры космического мониторинга (ЦКМ), которые осуществляют оперативный контроль состояния окружающей среды и природных ресурсов (например, Институт солнечно-земной физики СО РАН, г. Иркутск);

- многоуровневые информационные системы пространственно-временного мониторинга состояния окружающей среды, включающие технические и программные средства сбора, обработки, анализа и хранения спутниковой информации.

К наземным методам экологического мониторинга можно отнести все мероприятия по охране окружающей среды, выполняемые непосредственно экологами.

Наземные методы базируются на химических и биологических методах исследования. В каждом виде исследования используются высокоточные приборы и аппаратные системные комплексы. Чтобы уменьшить погрешность при проведении мониторинга, применяются параллельно несколько

способов, после чего данные обрабатываются, сопоставляются, систематизируются и сохраняются.

Биологические методы (методы биоиндикации) опираются на систему оценки степени загрязнения атмосферного воздуха, водоемов и почвы, основанную на учете состояния соответствующих экосистем.

Методы биоиндикации основываются преимущественно на двух принципах:

- принцип регистрации обнаружения характерных организмов (биоиндикаторов);
- принцип анализа видовой структуры биоценозов.

Биоиндикатор (indicator – указатель) – организм, вид или сообщество, по наличию, состоянию и поведению которого можно с большой достоверностью судить о свойствах среды, в том числе о присутствии и концентрации загрязнителей.

Химические методы контроля окружающей среды опираются на анализ результатов исследований, проводимых в современных лабораториях. Такие лаборатории занимаются контролем окружающей среды, используют множество вариантов оптических методов анализа (например, спектрофотометрию в видимой, УФ- и ИК-областях), методов разделения на основе газовой, жидкостной и тонкослойной хроматографии, радиометрических методов (применяются ограниченно, так как требуют специально подготовленных лабораторий) и электрохимических методов, таких как вольтамперометрия и ионометрия, имеющих определенные преимущества с точки зрения низкой стоимости и необходимых расходов на эксплуатацию приборов [4].

Однако, все рассмотренные способы экологического мониторинга не работают как единая и целостная система. Анализ данных, хранение результатов и экологические заключения не имеют единую базу.

Поэтому предлагается разработка интеллектуальных средств мониторинга экологического состояния промышленных объектов, которые позволят формировать и использовать единую базу экологического состояния эксплуатируемых промышленных объектов на основе разнородных источников информации. Это позволит отображать реальную картину пагубного воздействия на окружающую среду в процессе работы предприятий.

Для разработки интеллектуальной системы мониторинга экологического состояния промышленных объектов необходимо решить следующие задачи:

- 1) определить промышленные объекты, нуждающиеся в постоянном экологическом мониторинге;
- 2) разработать систему единого сбора, переработки и хранения информации об экологическом состоянии промышленных объектов на основе интеллектуальных информационных технологий;
- 3) подобрать необходимую аппаратно-программную часть такой системы;

4) провести моделирование процесса функционирования предлагаемых интеллектуальных средств мониторинга экологического состояния промышленных объектов с целью оценки их эффективности.

Разработка интеллектуальной системы мониторинга экологического состояния промышленных объектов позволит:

- 1) давать реальную и полную картину состояния всех объектов в любой момент времени;
- 2) вести круглосуточный мониторинг контролируемых объектов по перечню параметров;
- 3) иметь возможность выдачи сообщений органам управления и населению о нештатных и аварийных ситуациях на промышленных объектах;
- 4) создать единую базу оперативных и архивных параметров технологических процессов;
- 5) вести журнал событий;
- 6) представлять информацию в удобном для анализа виде (таблицы, графики, диаграммы) и др..

Литература

1. *Интеграл* [Электронный ресурс]: – URL: <http://integral.ru/comtech.html>
2. *Экологический мониторинг: шаг за шагом. [Текст] РХТУ, 2003. – 252 с.*
3. *«Экологические информационные системы». Доклады международных семинаров. НИИ Атмосфера, Госкомэкология РФ, С-П, 1997 г.*
4. *«Высокие технологии в экологии». Труды 2-ой Международной конференции. Воронеж, 1999 г.*

Применение экспертных систем в экономике

*Панфилов Д.Ю., студент
Научный руководитель: Трипкош В.А., к.т.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье определены основные понятия экспертных систем, описаны тенденции распространения экспертных систем в экономике. А также в статье описаны наиболее распространённые экспертные системы, применяемые в экономике.

Ключевые слова: информационные технологии, информационная система, экспертная система, структура экспертной системы.

Abstract. The article describes the basic concepts of expert systems, described trends in the proliferation of expert systems in the economy. But the article

also describes the most common expert systems applied in economy.

Keywords: information technology, information system, expert system, structure of expert system.

В современных условиях трудно представить развитие и функционирование различных областей экономики без использования информационных технологий. На сегодняшний день информационные технологии представляют собой фундамент экономических информационных систем, которые в свою очередь используются для обработки больших объемов информации циркулирующей в организации. Экономические информационные системы также обеспечивают информационную поддержку принятия управленческих решений.

За последние несколько лет наблюдается безусловное увеличение случаев практического применения информационных систем в экономике, в частности – распространение средств электронных покупок, глобализация финансовых рынков, создание доступных для анализа баз данных экономической, а также финансовой информации в Интернете. Все эти факторы привели к снижению затрат на программную реализацию информационных систем в экономике [1].

К огромным достоинствам распространения информационных систем можно отнести появление возможности адекватно оценивать развитие экономики в стране, выявлять недочеты и обеспечивать успешную деятельность по использованию корректных решений.

Информационная экспертная система представляет собой совокупность средств и методов обработки, хранения, а также использования информационных ресурсов с целью постановки и решения задач в какой-либо конкретной области.

Таким образом, можно говорить о том, что экспертные системы являются логическим продолжением частого использования классических информационных систем.

Экспертная система – это сложный, многокомпонентный программный продукт, который объединяет в себе знания и опыт множества различных специалистов. Таким образом, из определения экспертной системы следует, что она необходима для частичной замены специалиста-эксперта в определенной области знаний и работы. Общая главная задача экспертных систем – автоматизация человеческой деятельности [2].

Но экспертная система имеет принципиальное отличие от подобных программных продуктов. Данное отличие заключается в том, что экспертная система выступает не в роли «ассистента», а в роли компетентного эксперта-консультанта в определенной области.

Экспертные системы необходимы для расширения сфер применения и опыта авторитетных экспертов, так как именно они накапливают и хранят знания и опыт высококвалифицированных экспертов.

Оценка риска, финансовое планирование, кредитное обслуживание,

страхование, аудиторские проверки и многое другое – в подобных проблемных вопросах экспертная система служит в качестве компьютеризированного специалиста.

Приведем примеры конкретных сфер экономики, в которых применяются экспертные системы.

К таким сферам можно отнести:

- кредитование юридических лиц;
- планирование финансовых ресурсов предприятия;
- подбор кадров, выбор поставщика продукции и т.д.

В общую структуру экспертных систем входят следующие составляющие:

- интерфейс;
- рабочая память;
- подсистема объяснений;
- база знаний;
- подсистема приобретения знаний;
- решатель.

На сегодняшний день существует множество различных экспертных систем в экономике. Рассмотрим некоторые из них:

1) Splendors – экспертная система, занимающаяся управлением портфелем ценных бумаг и позволяющая решать задачи достижения различных инвестиционных целей в условиях постоянно меняющихся данных. К особенностям этой системы можно отнести работу в режиме реального времени, возможность пользования системой непрограммирующему финансисту или аналитику, программирование на языке высокого уровня Profit. Данная экспертная система формирует в реальном масштабе оптимальные инвестиционные портфели за счет «игры» на подсчёте изменений на фондовой бирже [1].

2) Intelligent Hedger – экспертная система, основанная на знаниях разных путей страхования от рисков. Данная экспертная система позволяет решать проблемы большого количества вариантов страхования рисков и обеспечивает быстрое решение [3].

3) Flipside – это экспертная система логического программирования финансовой экспертизы, разработана фирмой Case Western Reserve University. Данная экспертная система дает возможность в определять состояние ценных бумаг и их текущего профиля в реальном времени, планировать и выполнять продажи [4].

4) Le Courtier – экспертная система, созданная для оказания помощи инвесторам в определении инвестиционных целей. Данная экспертная система работает на базе правил и итерационно распределяет инвестиции по выбранному пулу акций. В ней используется эвристический алгоритм оптимизации ограничений: портфель ценных бумаг составляет так чтобы можно было достичь наибольшего числа целей и нарушить при этом минимальное количество ограничений.

Отличительной особенностью информационных экспертных систем, применяемых в финансовой и экономической области, является их гибридность, то есть они применяют методы и алгоритмы принятия решения, основывающиеся на правилах, но они также тесно связаны со стандартами аналитическими средствами и базами данных.

Следует отметить, что экспертные системы, применяемые в экономике получают с каждым годом всё большее распространение.

Экспертные системы используются для решения таких важных задач, как:

- прогнозирование – проектирование возможных результатов и последствий определенных возникающих ситуаций;
- диагностика – подразумевает установление причин неисправностей в каких-либо ситуациях на основе конкретно возникших симптомов или признаков;
- проектирование – определение конфигурации элементов системы, соответствующей условиям и ограничениям существования;
- планирование – подразумевает планирование и реализацию совокупности различных действий, которые направлены на достижение определенных целей при заданных исходных условиях и ограничениях по времени;
- мониторинг – сопоставление реального функционирования системы с ожидаемыми;
- управление – управление поведением экономической среды;
- инструктирование – представляет помощь и поддержку образовательного процесса по освоению какой-либо определенной экономической области.

Таким образом, применение информационных экспертных систем в экономике очень широко, при этом стоит отметить, что области их распространения постоянно увеличиваются.

Литература

1. Зенг В.А., Батенькина О.В. Современные экспертные системы в экономике // Двадцать вторые апрельские экономические чтения Материалы международной научно-практической конференции. Под редакцией В.А. Ковалева, А.И. Ковалева. - 2016. - С. 193-196.
2. Королев О.Л., Лукьянова М.А. Экспертные системы. Применение экспертных систем в экономике // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики. - 2015. - С. 253-254.
3. Ивкин К.Е. Применение автоматизированных экспертных систем в экономике // Известия Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета ЛЭТИ. - 2014. - № 1. - С. 39-44.
4. Головицына М.В., Спиридонова Е.А. Применение экспертных систем в экономике // Вопросы экономических наук. - 2015. - № 4 (43). - С. 150-151.

Лингвистический статус рекламного текста

Манохова А.А., студент

*Научный руководитель: Ремизова В.Ф., к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье рассматриваются диалектические и лингвистические особенности рекламного текста, а также его специфика на различных языковых уровнях: лексико-семантическом, фразеологическом и синтаксическом. В работе доказано, что лингвистический статус рекламного текста неоднозначен, так как представляет собой деловой и в тоже время публицистический текст. Таким образом, текст рекламы имеет свой самобытный стиль и вносит в сферу коммуникаций целый комплекс лингвистических особенностей языка.

Ключевые слова: рекламный текст, функциональный стиль, стилистические фигуры, средства выразительности речи, языковые особенности.

Abstract. The article deals with the dialectical and linguistic features of the advertising text, as well as its specificity on the different linguistic levels: lexical-semantic, syntactic, and phraseological. It is proved that the linguistic status of the advertising text is ambiguous, as it is both a formal business letter and publicistic text. Thus, the advertising text has its own unique features and brings in communication the complex of the linguistic peculiarities of the language.

Keywords: advertising text, stylistic figures, means of expression of speech, language features.

В современном обществе сфера информационных и телекоммуникационных технологий распространена повсеместно. Мы не представляем свою жизнь без телевидения, радио, интернета, газет, журналов и других СМИ. Реклама – один из наиболее эффективных способов продать товар, воздействуя на психику и сознание человека. Цель любого рекламного сообщения – донести до потребителя информацию о товаре и вызвать у него побуждение приобрести объект рекламирования.

Грамотно составленный текст рекламы – важнейший критерий ее успеха. Он должен содержать в себе различные выразительные средства языка, приемы и методы воздействия на покупателя и быть стилистически окрашенным. Вопросы изучения рекламного текста, как совокупности социокультурных, функционально-смысловых и лингвизуальных составляющих, бесспорно, являются актуальными в настоящее время, ведь реклама не только отражает современные реалии и мировоззрение общества, но и национальные особенности, традиции, менталитет каждой страны. Язык рекламы остается основополагающим фактором, от которого зависит специфика и эффективность рекламного текста.

Целью данной работы является рассмотрение рекламного текста с различных позиций, определение его лингвистического статуса и стилистических особенностей, а также изучение практического аспекта употребления текстов рекламы в современных условиях.

Текст (от лат. *textus* – ткань, сплетение, соединение) – объединённая смысловой связью последовательность знаковых единиц, основными свойствами которой является связность и цельность [1]. В семасиологии под текстом понимается осмысленная последовательность любых знаков, любая форма коммуникации, в том числе обряд, танец, ритуал и т.п. [2].

Текст рекламы можно охарактеризовать как единое тексто-графическое, семиотическое образование, использующее различные способы передачи актуальной информации обществу с учетом гендерных особенностей, социального статуса и целевой аудитории. Стоит отметить, что своеобразие рекламы заключается в умелом сочетании графических элементов (рисунков, знаков, логотипов), цветовой гаммы, длины строки, курсива, шрифта и т.д.

Таким образом, рекламный текст представляет собой единый информационный блок вербально-невербального (визуального, звукового) наполнения (содержания), отвечающий требованиям текстуальности – внешней связанности, внутренней осмысленности, возможности своевременного восприятия, осуществления необходимых действий коммуникации [3; 4].

Понятие «текст» применительно к сфере массовой информации используется не только для обозначения собственно текстового вербального ряда, но и приобретает черты объемности и многомерности, включая в себя такие важные для медиа-продукции составляющие, как визуальный ряд в его графическом или телевизионном воплощении, а также аудиоряд в виде воспроизведения.

Поэтому понятие «рекламный текст» относится не только к словесному ряду, но и включает в себя совокупность всех экстралингвистически значимых компонентов, как-то: графики, образов, звуков и т.п., конкретный набор которых, зависит от СМИ-рекламоносителя. Такое толкование понятия «рекламный текст» находит свое отражение в работах многих англоязычных исследователей, в частности, Анжела Годдард пишет: «Слово “текст” (применительно к рекламе) используется в его самом широком смысле, включая визуальные артефакты, так же как и вербальный язык» [5].

Концепция многомерного медиа-текста чрезвычайно важна для изучения рекламных текстов, так как позволяет получить объемное изображение описываемого объекта, лучше понять особенности функционирования слова и образа в массовой коммуникации, а также раскрыть механизм их совокупного воздействия на массовую аудиторию. Любой произвольно взятый рекламный текст воспринимается как реклама только в единстве своего словесно-графического или аудиовизуального воплощения.

Наряду с многомерностью к существенным признакам рекламного текста относятся также многократная, избыточная повторяемость и коллектив-

ный способ сознания, или корпоративность. Избыточная повторность того или иного рекламного текста во многом способствует созданию образа «навязчивой» рекламы.

Таким образом, рекламный текст включает в себя целый ряд экстралингвистических и лингвистических компонентов и может быть адекватно воспринят только при их гармоничном сочетании.

Всем нам известно, что текст – основная единица общения. То же самое происходит и в рекламе: рекламный текст должен учитывать диалектические и лингвистические особенности его географического использования, будь то страна, край, регион или область. В противном случае реклама будет весьма не продуктивна и скорее принесет убытки и непонимание публики, нежели прибыль от продаж рекламируемых товаров.

Рекламный текст довольно специфичен. В данной работе выделим некоторые присущие ему особенности:

- свернутость (краткое и точное изложение информации, что позволяет потребителю уловить основной акцент рекламы и распознать индивидуальные черты фирмы);
- сигнальный характер (как правило, это фраза с наиболее высоким эффектом воздействия, отражающая главную идею рекламы);
- информативность (донесение до потребителя важнейших деталей компании: название, контактные данные, специфика отрасли, отличительные признаки от фирм-конкурентов);
- наличие парцелляции (разделение предложения на отдельные слова и фразы с целью придания большей выразительности рекламному тексту и соответственно привлечения внимания покупателя). [6, с. 102]

Заголовок – важнейшая часть рекламного текста, в которой сосредоточен основной смысл и идея рекламы. Исследования показывают, что 80% опрошенных после прочтения заголовка не читают основной текст рекламы. Следовательно, важнейшая функция заголовка – вызвать интерес у читателя, заставить его вчитаться в представленный рекламный текст. («Не платите и цента за эту книгу, пока она не удвоит вашу обучаемость!»; «Война за «Союзмультфильм»: эффективные менеджеры против художников»)

Не менее важен здесь и слоган, представляющий собой краткую и емкую сущность самой компании, ее корпоративную стратегию. Рекламный слоган должен быть, прежде всего, запоминаемым для широкого круга потенциальных потребителей.

Рассмотрим наиболее популярные рекламные слоганы по отраслям:

- 1) индустрия сотовой связи: Билайн – «Живи на яркой стороне», Мегафон – «Будущее зависит от тебя», Теле2 – «Честно дешевле»;
- 2) автомобильная отрасль: Тойота – «Управляй мечтой», Ниссан – «Превосходя ожидания», Ауди – «Превосходство высоких технологий»;
- 3) безалкогольные напитки: Пепси – «Бери от жизни все», Фанта – «Вливайся!», Спрайт – «Не дай себе засохнуть!»;

4) лекарственные препараты: Називин – «Для носов и носиков», Миг – «Миг, и голова не болит», Нурофен Плюс – «Двойное действие против сильной боли»;

5) продукты питания: Марс – «Все будет в шоколаде», Даниссимо – «И пусть весь мир подождет», Баунти – «Райское наслаждение».

Таким образом, слоган – завершающая часть рекламы, однако он выполняет немаловажную роль, акцентируя внимание на самом явном преимуществе торговой марки по сравнению с конкурентами и придавая рекламному тексту законченный вид.

Следует отметить, что рекламный текст содержит как лингвистические, так и паралингвистические характеристики. Паралингвистические средства – самостоятельные источники информации, например: рисунок, шрифт, фотография. Они вносят особую экспрессию и дополнительную семантику в смысловую нагрузку рекламного текста, делая его содержание более ярким, значительным и визуально доступным.

Лингвистический статус рекламного текста определяется как комбинирование средств выразительности речи и своеобразие стиля используемой лексики, а также наличие метафор. В настоящее время язык рекламы уже входит в обыденную жизнь и речевой обиход, тем самым дополняя и обогащая его. Однако с развитием и модификацией языка также меняется и язык рекламы.

Рассмотрим более подробно, какие стилистические фигуры используются в рекламных текстах для того, чтобы заинтересовать как можно больше потенциальных потребителей.

Синтаксис рекламного текста выполняет следующие функции: информирование и воздействие, он может быть различен по своим конструктивным элементам. Нередко встречается последовательность вопросительных предложений, которая подразумевает поиск ответа внутри самого себя у целевой аудитории. («Кто знает, что нас ждет в будущем? Как защитить то, что нам ближе всего? Застраховать в ИНГОССТРАХЕ квартиру и имущество»; «Ты привык все держать под контролем? Ты увлечен делом, знаешь, куда направиться и не тратишь время на колебания? Для искателей приключений. Tusconдает тебе право выбора: что, где и когда делать»).

Наряду своприсительными нередко можно встретить и восклицательные предложения, которые усиливают экспрессию рекламного текстапридают более яркую эмоциональную окраску и привлекают внимание потребителей («Красивый загар – круглый год!», «Ты этого достойна!»). Таким образом, использование побудительных и вопросительных конструкций активизируют внимание человека и побуждают его к действию, в то время как восклицательные – вызывают жизнерадостность, повышают активность и усиливают энергичность.

Зачастую мы встречаем в рекламном тексте и такие стилистические фигуры как анафора и эпифора. Анафора – повторение слов или словосочетаний в начале предложения или абзаца («Мой мир. Мой стиль. МойЕссо»;

«Здоровье для кожи. Здоровье для жизни. Vichy»; «Уверен в качестве – уверен в результате! »Viola). Эпифора – повторение слов или словосочетаний в конце предложения или абзаца («Не просто чисто – а безупречно чисто. Ariel»; «Майский чай – любимый чай!»). Данные приемы позволяют усилить смысловой аспект рекламного текста благодаря повторению ключевых слов, что, несомненно, придает рекламе в целом большую выразительность и динамичность.

Невозможно не упомянуть и такую фигуру как антитеза, ведь она основывается на противопоставлении контрастных по своему значению слов либо образов. Такой рекламный текст легко запоминается, он более оригинален и способен подчеркнуть явные преимущества рекламируемого объекта. Например, «Квасу да – химии нет (квас Никола)»; «Мы работаем – Вы отдыхаете (Indesit)»; «Выбор больше – цены ниже (Эльдорадо)».

Последняя стилистическая фигура, которую мы рассмотрим в этой работе – градация. Ее сущность заключается в определенном расположении слов и словосочетаний, когда каждое последующее слово содержит усиливающее (реже уменьшающее) значение. Это способствует наращиванию производимого впечатления от рекламы товара. Например, «Тушь Vamp. Безграничный объем. Бесконечные ресницы. (Тушь Рира)»; «Один кусочек – и «Вы в альпийском мире!». Сказочно нежный шоколад (Милка)» [7, с. 103].

Следующий способ создать интерес общественности к рекламному сообщению – использование троп. Самым распространенным средством на сегодняшний день является гипербола. Благодаря ее использованию становятся более очевидными преимущества товара и, как правило, производитель гарантирует, что данная торговая марка действительно самая лучшая на рынке. Гипербола придает рекламируемому товару грандиозность и исключительность. Например, «Head&Shoulders – шампунь № 1 в мире»; «Пенталгин – в 5 раз сильнее боли»; «Твой УМНЫЙ ДОМ с Умной техникой Readyforsky! Управляй техникой с мобильного телефона (Redmond)»; «Не безлимит – а безлимитище! МТС Smart».

Наиболее удачными можно назвать те рекламные тексты, где в качестве слогана используется рифма с названием самого бренда. Однако более серьезные и солидные фирмы неохотно используют данный прием. Такие слоганы могут показаться легкомысленными и не заслужить уважения целевой аудитории. Например, «Зинерит – безупречный внешний вид», «Нос промоет без труда из Атлантики вода! (Квикс)»; «Сделай паузу – скушай Twix!»; «Мистер Пропер все отмыл и паркет не повредил!»; «Gillette – лучше для мужчины нет!»; «Появилась боль у вас – сразу клейте Нанопласт!»

Еще один прием – олицетворение, помогает наделить объект рекламирования характеристиками и свойствами, присущими человеку. В результате рекламный текст становится более живым и наполненным эмоциями. Можно привести следующие примеры: «Ваша киска купила бы Whiskas!»; «Майонез Бесель заботится о Вашем сердце»; «Подружусь с вашим борщом. Порядочность гарантирую. (сметана Valio)»; «Tefal. Ты всегда думаешь о нас».

Следующий прием, характерный в большей степени для речевой динамики – каламбур или игра слов. Он создает в рекламе динамический эффект неожиданности и сочетает в себе юмор и образность, которые воздействуют на подсознание людей. Например, «Mars. Все будет в шоколаде»; «Жиру пора смываться! (Fairy)»; «Я прост для каждого. Я ваше самовыражение. Я полна жизни. Я - Никон»; «Квас Никола – нет КОЛАнизации! Квас – здоровье нации!».

Таким образом, чтобы рекламный текст оказался действительно эффективным, мало использовать стандартные средства языка, необходимо применять средства выразительности речи и стилистические фигуры. Их рациональное расположение поможет усилить производимое впечатление на покупателя и склонить его к решению о покупке объекта рекламирования. Мы убедились, что рекламный текст отличается своими стилистическими особенностями на языковых уровнях: лексико-семантическом, фразеологическом и синтаксическом. Многие слова и выражения, созданные специально для продвижения товара, входят в наш обыденный лексикон и используются в разговорной речи. Рекламный текст обладает специфическим языковым стилем, формирующимся на протяжении долгого времени и включающим в себя различные лексические единицы. Язык рекламы – игра, которой свойственна особая экспрессия, метафоричность и структуризация. Рекламный текст имеет свой самобытный стиль, отличающийся от остальных, и вносит в сферу рекламы целый комплекс лингвистических особенностей языка.

Литература

1. *Лингвистический энциклопедический словарь* / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Сов.энциклопедия, 1990. – 685 с.
2. Пирогова, Ю.К., Паршин, П.Б. *Рекламный текст, семиотика и лингвистика*. М.: изд. Гребенникова 2000. С 250.
3. *Научные исследования: информация, анализ, прогноз [Текст]* / Азарова С.П., Антипова А.А., Батюшов А.М., Беснятая О.А., Бурляева В.А., Варганов В.В., Гогерчак С.Ю., Горелова Ю.Н., Гороховицкая Т.Н., Грузков И.В., Гусалова Е.С., Данцова Т.Ф., Иваненко А.А., Ильченко И.А., Калашников И.Б., Корытченкова Н.И., Костюкова Е.А., Кувшинова Т.Н., Львова И.В., Михайлова В.П., Ремизова В.Ф. и др. Воронеж, 2008. Том Книга 21
4. Ремизова, В.Ф. *Гендерный анализ рекламного текста: от экономики до лингвистики [Текст]* / В.Ф. Ремизова, Е.Н. Черникова // *Научные исследования: информация, анализ, прогноз : монография* / [С.П. Азарова, А.А. Антипова, А.М. Батюшов и др.]; под общей ред. проф. О.И. Кирикова. – книга 21. – Воронеж: ВГПУ, 2008. – С. 374 – 385.
5. Goddard A. *The Language of Advertising*. – London.: 1998.
6. Мусеева, И.Ю., Ремизова, В.Ф. *Трудности определения понятия «функциональный стиль» [Текст]* / И.Ю. Мусеева, В.Ф. Ремизова // *Вест-*

ник Оренбургского государственного университета. 2015. № 11 (186). – С. 101-105.

7. Моисеева, И.Ю., Ремизова, В.Ф. Функциональные стили: факторы образования, классификации [Электронный ресурс] / И.Ю. Моисеева, В.Ф. Ремизова // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2-3. Режим доступа: <http://www.science-education.ru/131-23936>

Речевой этикет в контексте взаимодействия языков и культур

*Поддымова Н.С., Прокудина Е.В., студенты
Научный руководитель: Ремизова В.Ф., к.п.н. доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова*

Аннотация. В статье рассматривается речевой этикет в контексте взаимодействия языков и культур, освещаются правила речевого этикета разных культур. Выявлены особенности речевого этикета разных народов на таких стадиях общения, как приветствие и прощание, а также рассмотрена специфика поддержания разговора с помощью вопросов и пожеланий.

Ключевые слова: речевой этикет, формулы речевого этикета, правила речевого этикета, межкультурная коммуникация.

Abstract. The article discusses the speech etiquette in the context of the interaction of languages and cultures, highlights the rules of the speech etiquette of different cultures. The peculiarities of the speech etiquette of different nations on such stages of communication as greeting and farewell are revealed, and discussed the details of maintaining a conversation with questions and suggestions are considered.

Keywords: speech etiquette, formulae of the speech etiquette, rules of the speech etiquette, cross-cultural communication.

В каждом обществе существуют свои традиции и ритуалы общения. Опыт народов, нашедший отражение в оригинальных обычаях и образе жизни разных наций, сохраняется в системе языка, речевой деятельности, установившихся формулах общения. В своём единстве всё это образует этикетное поведение, а в речевом плане – речевой этикет [6, с. 122].

Речевой этикет представляет собой систему средств и способов выражения отношения общающихся друг к другу. Н.И. Формановская, посвятившая исследованию речевого этикета большое количество работ, предлагает такое определение: «Под речевым этикетом понимаются регулирующие правила речевого поведения, система национально специфичных стереотипных, устойчивых формул общения, принятых и предписанных обществом для установления контакта собеседников, поддержания и прерывания контакта в избранной тональности» [3, с. 249].

Речевой этикет имеет свои национальные особенности. Общение с представителями иной культуры может привести к провалу, если не усвоить правила речевого этикета. Находясь в чужой стране, можно невольно попасть в неловкое положение, если не иметь представления о жизни и особенностях общения местного населения.

Цель данной работы – дать представление о разнообразии формул речевого этикета, знание которых позволяет снять недопонимание, которое может возникнуть в процессе межкультурного взаимодействия.

Правила этикета, например, в русском языке предполагают поддержание беседы даже с незнакомыми людьми, если довелось оказаться с ними в замкнутом пространстве (в купе поезда), в то время как японцы и англичане постараются молчать в таких же обстоятельствах или говорить на максимально нейтральные темы. Чтобы избежать неловких или комичных ситуаций в общении с иностранцами, следует, готовясь к встрече с ними, ознакомиться с их этикетными правилами. А расхождения ожидаются с самого первого момента общения – приветствия.

Этап приветствия является одним из важнейших в установлении контакта, слова должны произноситься с искренней интонацией, с вложением ноток позитивной эмоциональности. Специфика приветствий при встрече у разных народов разнообразна.

Даже в нашей культуре для разных случаев, в разное время суток и для разных людей присутствуют свои особенные приветствия, помимо традиционного «здравствуйте», мы говорим по-русски «доброе утро», «добрый день», «добрый вечер». Гостей встречаем: «Добро пожаловать», «Милости просим». Братья-славяне из сопредельных государств тоже приветствуют словами: «Здоровеньки булы», «Ласкаво просимо». Древнее «исполать» (слава тебе) и былинное «Гой еси!» ушли в пассивный словарь.

Как и у нас, в других культурах также имеются свои особенности для выражения приветствия. К примеру, у осетин, абхазов и других народов Кавказа русскому «здравствуйте» соответствует около трёх десятков приветствий, специализированных по типу ситуации, признакам возраста и пола. Поэтому, прежде чем начать разговор с гостеприимными жителями Кавказа, стоит оценить ситуацию и подобрать подходящие слова.

Также великое множество приветствий можно наблюдать у монголов. Их различают в зависимости от времени года. Например, по осени интересуются: «Жирный ли скот?». В то время как зимой обращаются иначе: «Как зимует?». А к концу зимы можно услышать следующее: «Благополучно ли встречаете весну?» [2, с. 103].

В некоторых племенах североамериканских индейцев приветствие звучит поистине философски: «Ты – мое другое Я». Там так принято с незапамятных времен, когда о психоанализе ещё не то чтобы не говорили, его тогда даже в помине не было. Конечно, на первый взгляд, для нас такое приветствие кажется довольно необычным. Но, без сомнения, оно приятно на слух, в нём столько тепла и любви.

И раз уж речь пошла о тёплых отношениях и любви, то, следует отметить, что в польском речевом этикете для выражения приветствия мужчины к женщине существует специальное выражение: «Целую ручки, пани». Причём данное выражение не всегда воспринимается буквально. Оно вполне может произноситься и тогда, когда упомянутый жест не будет воспроизведён.

Если же вспомнить о приветствиях в старине, то они будут заметно отличаться от современных, а в некоторых случаях могут показаться даже несколько странными для нынешнего поколения. Так, в древности египтяне, ничуть не смущаясь, говорили встречному: «Как потеете?». Что не только для нас, но и для современных египтян сегодня звучит довольно дико, в то время как в древнем Египте считалось нормой.

После приветствия обычно интересуются, как дела, здоровье, семья. При этом необходимо помнить, что в каждой культуре свои особенности и правила поддержания разговора. Интересным является разговор при встрече в центрально-азиатских странах. Там принято забрасывать встретившегося знакомого рядом вопросов: «Как здоровье? Как дети? Как дома? Как машина? Как собака (или иная живность)?». И только в завершении расспросов поинтересоваться: «Как жена?». Причём, спросить о жене можно именно в конце разговора, так как данный порядок вопросов позволяет мужу удостовериться, что к его супруге нет особого интереса, а именно, интимного плана.

Следует отметить, что, если, находясь в Англии и не вполне поняв речь местного жителя, то ни в коем случае не стоит переспрашивать его так, как это принято у нас: «Что?». При переводе «Что?» на английский «What?» вежливый переспрос превращается в самое настоящее оскорбление. Чтобы не показаться грубым, используйте «sorry», только обязательно с вопросительной интонацией [1; 4, с. 484-509].

А вот в Индии, как и в Непале, прежде чем приступать к расспросам о здоровье и делах знакомого, высказывают пожелания «намастэ» (поклон тебе) и «намаскар» (буквально: делание поклона). Обычай добрых пожеланий при встрече пришёл из давних времен, ещё древние греки в таких случаях произносили коротко и ясно: «Хайре!» (Радуйся!). Отличная традиция, заряжающая позитивом на весь день. Для римлян же важнее было пожелать при встрече здоровья, что тоже немаловажно и, надо сказать, довольно-таки приятно слышать.

Пожелания свойственны не только народам Индии и Непала, они встречаются в каждой культуре, только вот выражаются в каждой по-своему. Например, в Иране в качестве пожелания встретившемуся знакомому говорят: «Да не уменьшится никогда твоя тень!». На первый взгляд, смысл этих слов не совсем понятен. Казалось бы, при чём тут тень? Но, как выяснилось, всё весьма символично для данного народа, так как у них отсутствие тени указывает на нечисть, принявшую на себя плотский облик.

Заботливые китайцы при встрече первым делом интересуются сыт ли собеседник, отобедал ли он уже. При этом для них это не вопрос «для галочки», они действительно переживают, не голоден ли знакомый [1, с. 105].

Когда приветствие прошло успешно, вопросы заданы на должном уровне и даже пожелания сказаны с учётом специфики той или иной культуры, самое время задуматься об особенностях прощания. Казалось бы, тут то проблем возникнуть не должно, уж прощание то дело нехитрое. Но не всё так просто как кажется на первый взгляд, поскольку банальное «пока» далеко не в каждой культуре окажется уместным.

К примеру, встретив в Англии знакомого поздней ночью, не следует говорить ему «Good night!», так как в английском языке это не приветствие, а прощание. Конечно, и в России употреблять словосочетание «доброй ночи» в качестве приветствия не совсем правильно. Его, как и в Англии, логичнее будет использовать при прощании со знакомым, встретившемся вам в поздний час. Но в нашей стране данное словосочетание потихоньку перекачало из прощаний в приветствия. Это объясняется тем, что на практике встречи поздней ночью происходят не так часто, поэтому в России не существует отдельного приветствия на этот случай. В древности на Руси и вовсе не было нужды в ночных приветствиях, так как ночью люди, освещавшие свой дом свечами, как правило, спали. А вот в современном мире с появлением всевозможных ночных эфиров на радио и телевидении ситуация в корне изменилась. Предприимчивые радио- и телеведущие быстро и легко ввели в свой речевой оборот в качестве приветствия слушателей и телезрителей словосочетание «Доброй ночи» как приветствие [5, с. 200]. Постепенно фраза перешла и в массы. Поэтому сегодня часто можно услышать её в качестве ночного приветствия, несмотря на то, что употребление это совершенно неверно и, мало того, характеризует произносящего данную фразу как человека необразованного.

Когда прощаются китайцы, они кланяются и кивают головой в знак уважения. Пекинцы часто говорят: «Ужу-и». Это означает «береги себя» или «будь внимательным». Вообще согласно китайской традиции, когда они желают добра человеку, то советуют делать все медленно. Например, уходящему гостю обычно говорят: «Мань-мань цзоу». Что дословно переводится как «иди медленно» и означает «не торопись», «иди осторожно».

В Англии «goodbye» обычно используют на официальных встречах, или в качестве окончательного прощания, что-то вроде «я тебя не увижу снова»; а «bye» – его более расслабленный, неформальный вариант. Также стоит отметить, что если произнести «goodbye» с пониженной интонацией, то англичане могут расценить это как угрозу. Это говорит о том, что необходимо следить не только за правильностью подбора слов, но и за используемой при разговоре интонацией.

Чтобы проиллюстрировать несовпадение формул речевого этикета в разных культурах, был проанализирован соответствующий языковой материал русского и английского языков.

При исследовании 120 различных этикетных формул русского и английского языков были выявлены грамматические, лексические и смысловые несовпадения (рисунок 1).

Рисунок 1. Лингвистические несовпадения формул речевого этикета в русском и английском языках

Таким образом, было выяснено, что речевой этикет является важным элементом всякой национальной культуры. Он представляет собой совокупность словесных форм учтивости, без которых просто нельзя обойтись. Национальная специфика речевого этикета в каждой стране чрезвычайно ярка, ведь на неповторимые особенности языка здесь накладываются ещё и особенности обрядов, привычек, всего принятого и непринятого в поведении, разрешенного и запрещенного в социальном этикете. Поэтому, обращаясь к представителям разных культур, происходит нечто подобное игре на сложном музыкальном инструменте. Включается тот или иной регистр общения, выбирается подходящая тональность в многообразных условиях сложных речевых взаимодействий. И, когда нужный режим настроен, наступает то самое чистое, завораживающее звучание, проявляющееся в общении, не знающем препятствий и границ, не чувствующем различий в культуре, цвете кожи, обычаях и нравах. Как говорил академик Н.Моисеев, «древний принцип «полюби ближнего, как самого себя» должен будет возродиться в новом виде, отвечающем ясному естественнонаучному пониманию необходимости кооперативной деятельности людей!». В этом заключается его главная функция и состоит его предназначение. Вероятно, в этом направлении и будет развиваться речевой этикет и в дальнейшем.

Литература

1. *Актуальные проблемы торгово-экономической деятельности и образования в современных условиях: электронный сборник научных трудов восьмой международной научно-практической конференции, проведенной 19 апреля 2013 года [Эл. ресурс] / Андреева Е.И., Аргунеева О.Н., Баранова Т.И., Баширова В.И., Болотова М.И., Воюцкая И.В., Габдуллина М.А., Гилязиева*

С.Р., Гордиевских А.В., Горшенина И.В., Досковская О.В., Дрофа В.М., Дубанова О.В., Дубовицкая Ю.В., Дюсембиева К.Г., Железнова Л.Б., Железнякова Т.А., Жумашева Ж.С., Засидкевич И.В., Золотова Л.В. ..., Ремизова В.Ф. и др. – Оренбург, 2013. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24125286>

2. Белая, Е.Н. Национально-культурная специфика коммуникативного поведения представителей разных народностей [Текст] / Е.Н. Белая, В.Г. Болотюк // Психопедагогика в правоохранительных органах scholar - 2014. №2. - 157. Выпуск № 2 (57) / 2014

3. Деловой этикет: Учебное пособие / И.Н. Кузнецов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 348 с.

4. Ремизова, В.Ф. Тренинг иноязычного делового общения как инструмент формирования коммуникативной компетентности [Текст] / В.Ф. Ремизова, Н.Г. Костина // Актуальные проблемы торгово-экономической деятельности и образования в современных условиях Электронный сборник научных трудов восьмой Международной научно-практической конференции. Оренбург, изд-во ОГАУ, 2013. – С. 484-509.

5. Ремизова, В.Ф. Формулы речевого этикета в русском и татарском языках [Текст] / В.Ф. Ремизова, Т.Г. Нестерова // Материалы международной научно-практической конференции «Филологические чтения» (декабрь 2014 г.). Оренбург: ОГУ, 2015. – С. 199 – 207.

6. Этика и психология делового общения (сфера сервиса): Учебное пособие [Текст] / Барышева А.Д., Матюхина Ю.А., Шередер Н.Г. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 256 с.

Невербальные аспекты межкультурного взаимодействия

*Горшенина О.С., Клемешова Е.Н., студенты
Научный руководитель: Ремизова В. Ф., к.п.н. доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова*

Аннотация. В статье рассматривается вопрос об особенностях межкультурного взаимодействия, выраженных через невербальный аспект, так как, занимаясь подготовкой деловых переговоров с партнерами других культур, важно учитывать интерпретацию невербальных жестов.

Ключевые слова: невербальные жесты, интеркультурная коммуникация, соматизм, деловые переговоры, культура.

Abstract. This article discusses the non-verbal aspect of the intercultural communication which is very important for business negotiations with partners belonging to different cultures.

Keywords: Nonverbal gestures, intercultural communication, somatism, business negotiations, culture.

Потребности современного общества делают проблему изучения невербальных средств общения в разных культурах чрезвычайно актуальной. Значительная доля общения происходит беззвучно. Мы передаем определенную информацию окружающим людям не только с помощью звуков, интонации, но и при помощи жестов, особенностей одежды и походки, прикосновений при рукопожатии, положения тела в пространстве и множества других телесных характеристик.

Психологи, антропологи и лингвисты, изучающие межкультурное общение, пришли к выводу, что способность к изучению иной культуры присуща всем представителям *Homo sapiens*, так как интеркультурация, то есть освоение иной культуры, явление не врожденное, а приобретенное [1].

Успешность межкультурного общения, осуществляемого в условиях значительных ментальных различий ее участников, зависит от знания этих отличий. В процессе межкультурного общения его участники при прямом контакте часто используют специальные интонационные, речевые, неречевые варианты, отличительные от тех, которыми они пользуются при общении в своей стране.

Однако как характерный момент лингвистических или близких к ним дисциплин является тот факт, что анализ соотношения речи и языка ограничивается в них только чисто языковыми явлениями, а нелингвистические факторы – невнимание, неразвитая память, дефицит времени, эмоциональная окрашенность, мотивация и так далее – игнорируются [2].

Последние относятся к так называемому языковому остатку, имеющему особую коммуникативную значимость. По А. Гардинеру, А.Т. Смирницкому, В.А. Звегинцеву, сверхзвуковой остаток – это все, то в звучании речи, что является случайным, побочным или дополнительным с точки зрения языка как важнейшего средства общения людей.

Иной подход к нелингвистическим явлениям выработан М.М. Бахтиным, А.А. Леонтьевым, И.А. Зимней. Так, А.А. Леонтьев отмечает, что интонация, тембр, мимика и т.д. могут даже сводить к минимуму воздействие «прямого» значения словесной реплики и противоречить ему.

Академик Л.В. Щерба писал, что «в диалоге, т.е. при коротких репликах, ситуация, жест, выражение лица, интонация – все настолько помогает взаимопониманию, что слова и их формы перестают играть сколько-нибудь существенную роль».

Обращает на себя внимание позиция и других ученых, считающих, что стиль общения уже сам по себе составляет сообщение, указывая на то, как следует понимать сообщаемое [3]. В этом случае можно говорить о метакommunikации, т.е. о «коммуникации над коммуникацией» (П. Ватцлавик). Р. Бердунстел отмечает, что «люди, по сути дела, не общаются между собой. Они лишь участвуют в коммуникации», в которой вербальный язык неотделим от языка невербального. Последний служит дополнением к первому и усиливает его [4]. По оценке А. Мерабиана [5], только 7% содержания сообщений передается смыслом слов, в то время как 38% информации определя-

ется тем, как эти слова произносятся, и 55% – выражением лица. «...исключить коммуникацию невозможно», ибо «всякое поведение в присутствии другого человека уже есть коммуникация» (П. Ватсвик). Ж. Годфруа отмечает, что представители направления так называемой «новой коммуникации» рассматривают коммуникацию как оркестр, в котором человек «играет всем своим телом», нежели как телеграф, служащий для простой передачи вербального сообщения [6].

Некоторые исследователи отмечают, что чем больше информации несет в себе ситуация, тем меньше необходимость в использовании языковых средств.

Многообразие невербальных средств общения схематично можно представить следующим образом (таблица 1).

Таблица 1. Невербальные средства общения

Невербальные средства общения				
Кинесика		Просодика и экстралингвистика	Такесика	Проксемика
Экспрессивно-выразительные движения	Визуальный контакт (взгляд)	Интонация	Рукопожатие	Ориентация
Поза	Направление движения	Громкость	Поцелуй	Дистанция
Жесты	Длина паузы	Тембр	Похлопывание	
Мимика	Частота контакта	Паузы		
Походка	Частота контакта	Смех		
		Плач		
		Кашель		

Несомненный интерес вызывает описание Е.М. Верещагиным и В.Г. Костомаровым так называемого соматического языка. Соматизмом (от греческого soma – тело, корпус) называется любой значащий признак, положение или движение лица и всего тела.

Под соматическим языком, Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров подразумевают совокупность, во-первых, соматизмов (т.е. их инвентарь, аналог словарного состава вербального языка) и, во-вторых, правил их исполнения, сочетания друг с другом, редукции, усиления, включения в речевую ситуа-

цию, также восприятия адресатом (т.е. аналог грамматики) [7]. Система соматизмов выглядит следующим образом (таблица 2).

В дополнение к вышесказанному необходимо отметить, что, по-видимому, компетентность в деловом общении требует знания норм и правил невербального поведения, принятого в различных культурах [8; 9].

Таблица 2 – Единицы соматического языка

Единицы соматического языка					
Произвольные				Непроизвольные	
динамические		Статические		симптомы душевных движений и состояний	
жесты	мимика	позы	выражение лица	перемена цвета лица	дрожь, другие телодвижения

В каждой стране распространены свои невербальные жесты, выраженные как средства коммуникации, данные жесты закреплены в культуре и по-своему интерпретируются. Но есть ряд одинаковых жестов, например, когда люди счастливы, они улыбаются, когда грустно – плачут, а недовольные хмурятся, когда не знают или не понимают, о чем идет речь пожимают плечами. Часто один и тот же жест в разных странах может иметь различное значение. Данный факт важно учитывать, особенно занимаясь подготовкой деловых переговоров с клиентами – представителями других стран.

Для начала следует изучить, какие страны придают значения жестам и мимике. В Великобритании, Швеции, Швейцарии, Германии и Канаде внимательно слушают, что именно вы говорите и почти не обращают внимания на то, какими телодвижениями вы сопровождаете текст. А жители Франции, Японии, Италии, Испании, Греции, Китая и Кореи сосредоточены на нюансах, намеках и подтекстах, поэтому, общаясь с ними, нужно осторожно использовать невербальные жесты.

Например, если в Голландии повернуть указательным пальцем у виска, то это означает, что человек считает себя остроумным, а если так сделать в России, то окажешься в глупом положении. При беседе, если европеец показывает рукой на грудь, то он говорит о себе. Во Франции и Италии, чтобы предупредить, что человек болен, незаметно касаются кончиками пальцев подбородка [10].

В таких странах, как Греция и Турция нельзя показывать два пальца в ресторане, данный жест считается грубым оскорблением и официант вправе вас не обслуживать.

Всем привыкший невербальный жест «о'кей», образовав колечко из большого и указательного пальцев, воспринимают во многих странах, что у человека показывающего всё хорошо и у него отличное настроение. Но данный жест используют в Японии в разговоре о деньгах, в Греции служит зна-

ком отмашки, в Бразилии вульгарен и неприличен, а во Франции просто означает ноль.

Немцы, когда постукивают себе ладонью по лбу, как бы говорят: «Даты с ума сошел». А британец или испанец этим же жестом показывает, как он доволен собой. В некоторых странах Балканского полуострова утвердительный кивок означает отрицание. В знак восхищения чьей-то идеей немцы часто поднимают брови, а англичане чешут ладони. В России поднимание бровей – это удивление [11].

Потирание основания носа указательным пальцем во Франции считается знаком осторожности и недоверия. В данной стране язык невербальных жестов наиболее экспрессивен. Когда француз чем-то восхищен, он соединяет кончики трех пальцев, подносит их к губам и, высоко подняв подбородок, посылает в воздух нежный поцелуй.

Постукивание указательным пальцем по носу в Англии означает конфиденциальность, а в Голландии – что человек находится в нетрезвом состоянии.

В общении с партнером на деловых переговорах нужно четко осознавать, что в странах Ближнего Востока нельзя протягивать деньги или подарок в левой руке, так как вы можете оскорбить своего партнера. В целом, во многих культурах жесты неискренности ассоциируются с левой рукой. Объясняется это тем, что правая рука делает то, что надо, а левая – то, что хочет, выдавая тайные чувства владельца. Поэтому, если в разговоре собеседник жестикулирует левой рукой, не являясь при этом левшой, есть большая вероятность того, что он говорит не то, что думает, или просто негативно относится к происходящему.

У народов различных культур в общении с собеседником весьма поразному используется взгляд. Ученые, занимающиеся данным вопросом, в зависимости от взглядов, бросаемых на собеседников, разделили народы на контактные и неконтактные. Арабы, латиноамериканцы, южные европейцы при разговоре смотрят на собеседника в глаза. Для них взгляд при разговоре имеет большое значение, а также и близкое расстояние между собеседниками.

Ко второй группе относят такие народы, как индийцы, пакистанцы, японцы и североевропейцы. Например, арабы, ведя деловые переговоры, чаще смотрят друг другу в глаза. Они считают необходимым смотреть на того, с кем разговариваешь, этим они выражают свое уважение к собеседнику, но в Японии совсем иначе. Японцы при разговоре смотрят на шею собеседника, прямой взгляд в лицо, по их понятиям, невежлив.

Таким образом, человек, мало смотрящий на собеседника, кажется представителям контактных культур неискренным и холодным, а «неконтактному» собеседнику «контактный» кажется навязчивым, бестактным и даже нахальным. Однако у большинства народов существует неписаное правило, запрещающее в упор рассматривать другого человека, особенно незнакомого.

Расстояние между собеседниками для представителей разных культур имеет весомое значение. В международной практике есть пример, когда руководители немецкой и арабской компаний вели деловые переговоры, и араб всё время стремился приблизиться к собеседнику, а немец делал постоянно шаг назад, чтобы увеличить расстояние между ними. После неудачных переговоров у каждого из представителей взяли интервью, на вопрос, какое впечатление произвел на него араб, немец ответил: «Собеседник слишком настойчив и пытался установить близкие отношения», а араб на тот же вопрос ответил, что партнер слишком высокомерный и недружелюбный. Таким образом, они оба оказались не правы по отношению друг к другу. Следовательно, у каждого из них невольно нарушена приемлемая дистанция для общения. Расстояние от одного до двух метров считают официальным, а уже больше означает, что человек проявляет безразличие.

Также по-разному воспринимают рабочие пространства в разных компаниях. Например, в американской компании постоянно открыты кабинеты, стеклянные стены, это специально создается впечатление у коллектива, что они занимаются общим делом и достигают одни цели. И противоположность – это немецкая компания, где распахнутая настежь дверь означает крайнюю степень беспорядка.

Американец, когда не хочет разговаривать с человеком либо он ему неприятен, уходит в комнату и закрывает за собой дверь. Англичанин с детства не привык пользоваться пространством, для того чтобы отгородиться от собеседника. Ученые наблюдали такую ситуацию, что чем больше американец замыкается в пространстве, тем настойчивее англичанин хочет у него спросить, всё ли у него в порядке либо чем он может помочь.

Таким образом, язык жеста и тела призван самым распространенным во всем мире. Многие считают, что мимика, жесты, зрительный контакт и расстояние между собеседниками являются универсальными средствами общения. Мы в статье доказали иное, так как культура каждой страны развивается по своим законам, в каждой стране имеются свои особенности невербального общения. Знание данных особенностей на деловых переговорах, в отпуске дает человеку возможность эффективнее выстроить переговоры и чувствовать себя увереннее на «чужой территории».

Литература

1. *Верецагин, Е.М. – Язык и культура / Е.М. Верецагин, В.Г. Костома-ров. – М., 2015.*
2. *Годфруа, Ж. Что такое психология: в 2-х т.: т. 1: пер. с фр. / Ж. Годфруа. – М.: Мир, 2010. – 496 с.*
3. *Карасик, В. И. Культурные доминанты в языке / В.И. Карасик // Языковая личность: культурные концепты. Волгоград-Архангельск: Перемена, 2015. – С. 3 – 10.*

4. Кочнова, К.А. Речевая коммуникация: учебное пособие / К.А. Кочнова – Н. Новгород, 2015.- С. 43 – 45.

5. Костина Н.Г., Ремизова В.Ф. Тренинг иноязычного делового общения как инструмент формирования коммуникативной компетентности / В.Ф. Ремизова, Н.Г. Костина, И.В. Назарова, О.В. Досковская. // Актуальные проблемы торгово-экономической деятельности и образования в современных условиях: электронный сборник научных трудов восьмой международной научно-практической конференции, проведенной 19 апреля 2013 года. – Оренбург: Оренбургский филиал РГТЭУ, 2013. – С. 484 – 509.

6. Куницына, В.Н., Межличностное общение: Учебник для вузов. / В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. – СПб.: Питер, 2014. – С. 58 – 60.

7. Ремизова, В.Ф., Костина, Н.Г. Интерактивный текст в образовательном процессе / В.Ф. Ремизова, Н.Г. Костина. // Инновационные технологии в образовании и научно-исследовательской работе Материалы VI научно-методической конференции с международным участием. 2013. – С. 187-191.

8. Ремизова В.Ф. Формирование коммуникативной компетентности студентов в образовательном процессе: автореф. дис.. канд. пед. наук: 13.00.01 / В.Ф. Ремизова. – Оренбург, 2006. – 24 с.

9. Ремизова В.Ф. Формирование коммуникативной компетентности студентов в образовательном процессе: дис. канд. пед. наук. / В.Ф. Ремизова. – Оренбург, 2006. – 218 с.

10. Birdwhistell, R. L. (2011). Kinesics: Inter- and Intra-channel communication research. In J. Kristeva, J. Rey-Debove & D. J. Umiker (Eds.), *Essays in semiotics/Essais de semiotique* (pp. 527—546). The Hague: Mouton.

11. Mehrabian, Albert (2011). *Nonverbal Communication*. Chicago, IL: Aldine-Atherton. ISBN 0-202-30966-5.

Проблемы изучения мемориальных досок Оренбурга

Токарев Е.Н., студент

Научный руководитель: **Ремизова В.Ф.**, к.п.н. доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация. В статье поднимается тема мемориальных досок города Оренбурга. Даются определения мемориальных досок. Описываются основные проблемы изучения мемориальных досок, связанные с нехваткой информации о них, их исчезновением, их недостаточным количеством. Приводятся некоторые возможные решения описываемых проблем.

Ключевые слова: мемориальные доски, классификация мемориальных досок, правовое регулирование установки мемориальных досок.

Abstract. The article is devoted to the subject of the memorial boards in the city of Orenburg. The definitions of the memorial boards are given. The main problems of memorial board studying are described, the problems are connected with the lack of the information of them, their disappearance, the insufficient amount of them.

Keywords: memorial boards, memorial board classification, legal regulation of memorial board installation.

Мемориальные доски – важнейшая составляющая городской архитектуры Оренбурга. Однако самостоятельным объектом исследования мемориальные доски становятся редко. Тем не менее, изучать мемориальные доски необходимо, ведь они практически в полной мере отражают историю Оренбурга. Это подчеркивает актуальность исследования. К сожалению, в процессе изучения мемориальных досок мы сталкиваемся с проблемами, являющимися существенным препятствием на пути к поставленным задачам.

Поэтому цель данной статьи – выявить проблемы изучения мемориальных досок и разработать рекомендации по их устранению.

В первую очередь необходимо дать определения мемориальной доски. В различных источниках можно найти разные определения.

Мемориальная доска – знак, устанавливаемый на недвижимых историко-культурных объектах (или внутри их) или памятных местах и фиксирующий их связь с историческими событиями или выдающимися деятелями [8].

Мемориальные доски – это формы монументального искусства, предназначенные для увековечения памяти о выдающейся личности или знаменательном событии в истории Оренбургского района Оренбургской области и страны [6].

Мемориальные доски – архитектурно-скульптурные произведения малой формы на фасадах зданий и иных сооружений с целью адресного увековечения памяти выдающихся исторических событий и личностей [5].

В основном, проблемы изучения мемориальных досок сводятся к тому, что о досках нет информации, некоторые из них пропадают в силу различных причин, а часть событий и людей, которые потенциально могут быть отражены на мемориальных досках, на них не отражаются. И все эти проблемы взаимосвязаны правовым регулированием, актуальны и подлежат разрешению.

Мы выяснили, что деятельность по установке мемориальных досок в Оренбурге регламентирована на уровне местного самоуправления. Правовым актом является Приложение № 1 к решению Оренбургского городского Совета от 17 июня 2016 года № 190 Положение «О порядке присвоения, изменения, аннулирования наименований элементам улично-дорожной сети, элементам планировочной структуры в границах муниципального образования "город Оренбург" и установлении мемориальных досок» [5].

Схема взаимодействия субъектов и актов, связанных с обозначенной деятельностью представлена на рисунке 1.

Рисунок 1. Схема взаимодействия субъектов и правовых актов, касающихся установки мемориальных досок в г. Оренбурге

В первую очередь хотелось бы обозначить проблему изучения мемориальных досок, связанную с недостатком информации о них.

Для изучения мемориальных досок Оренбурга необходим их каталог, содержащий полную, достоверную и упорядоченную информацию обо всех мемориальных досках города. Отсутствие данного каталога является проблемой, которую можно обозначить как недостаток информации о мемориальных досках. Отчасти эта проблема носит правовой характер. В пункте 5.6 правового акта, о котором говорилось выше, указано, что порядок учета и регистрации мемориальных досок устанавливается правовым актом администрации города Оренбурга [5]. Однако нами такого акта, как и реестра мемориальных досок, найдено не было.

Одним из возможных вариантов решения данной проблемы служит создание на сайте города специальной рубрики, содержащей материалы нормативных актов, служащих основанием для принятия решений об установке той или иной доски, с предварительным созданием реестра, если его пока не существует. Следует отметить, что отдельные Решения Оренбургского городского Совета, касающиеся досок, находятся в публичном доступе, но в бессистемном порядке.

Основой каталога мемориальных досок послужила бы их классификация. В подобных исследованиях в других городах уже совершались попытки проведения классификации мемориальных досок. В частности, исследователи из Кемерово (А.И. Мартынов, Е.Е. Леонов, Е.Е. Онюшева) предлагали разделить мемориальные доски на 11 групп, среди которых доски, посвященные:

- основателям города;

- революционным событиям;
- историческим памятникам и объектам трудовой славы;
- событиям Великой Отечественной войны;
- сотрудникам силовых структур, героям локальных войн и конфлик-

тов;

- выдающимся жителям;
- Героям Советского Союза, Героям России;
- Героям Социалистического Труда;
- событиям или личностям, в честь которых были названы улицы.

Так же доски, являющиеся частью памятников и мемориалов, находящиеся на религиозных объектах, охранные мемориальные доски [4].

Но мы предлагаем свою собственную, сложную классификацию, схема которой будет представлена на рисунке 2.

Попытки классификации усложняются тем, что отсутствует единая методология ее составления. Мы считаем, что данная классификация может послужить базой для составления каталога и решения проблемы недостатка информации.

Следующая проблема связана с нарушением порядка установки и демонтажа мемориальных досок. Не вызывает сомнения тот факт, что незаконный снос досок препятствует их изучению. Данная проблема уже поднималась исследователями из других городов (Санкт-Петербург, Кемерово), а в Оренбурге ее иллюстрирует пример с мемориальной доской А.И. Дутову.

Атаман Дутов – русский военный, герой Белого движения, атаман Оренбургского казачества, генерал-лейтенант. А.И. Дутов начал гражданскую войну в Оренбуржье. 26 октября захватил власть в Оренбурге [7].

Несомненно, мемориальная доска отражала объективные исторические события, однако прежде чем она обрела свое законное место на здании по адресу ул. Советская, 38, где было расположение атамана в гостинице «Центральная» в 1918 году, она демонтировалась.

Произошло это в 2010 году, тогда пропажу мемориальной доски списали на акт вандализма. Помимо этого, отсутствовали документы, подтверждающие установку или демонтаж доски, это событие вызвало общественный резонанс [3].

Рисунок 2. Схема классификации мемориальных досок Оренбурга

В конце концов, в 2012 году, на основании решения Оренбургского городского совета, мемориальная доска была установлена официально [2].

Мы можем полагать, что причинами возникновения данной проблемы является отношение общественности к таким важным историческим объектам, как мемориальные доски, а так же недостаточное правовое воздействие для предупреждения подобных ситуаций. Уничтожая мемориальную доску или материальный объект, субъект наносит непоправимый ущерб сохранению исторической памяти города. В качестве мероприятий для решения данной проблемы предлагается привлечь к ней усиленное внимание в СМИ, а так же вернуться к вопросам правового регулирования, вплоть до назначения наказаний виновным.

Третья группа проблем связана с недостаточным количеством мемориальных досок.

Было много выдающихся людей, чьи имена связаны с Оренбургом. Например, Г.Р. Державин учился в школе в Оренбурге на улице Советской [7], с 1833 по 1836 год в Оренбурге жил композитор А.А. Алябьев [9], в Оренбургском зенитном училище в годы войны учился великий композитор Ян Френкель, автор музыки песни «Журавли» на стихи Расула Гамзатова.

Хорошим способом увековечить память этих и многих людей была бы установка мемориальных досок, учитывая преимущества их использования:

- расположить мемориальную доску гораздо удобнее, чем крупный мемориал, из-за небольших размеров;
- мемориальная доска органичным образом вписывается в городскую инфраструктуру, не требует специальной организации окружения с точки зрения архитектурной композиции;
- изготовление и установка мемориальной доски обходится дешевле памятника (но это несколько не умаляет значимость события или личности, в зависимости от того, чему посвящена та или иная доска) [1].

Однако помимо утраты материальных объектов, на которых можно установить мемориальную доску (в данном случае мы можем, опираясь на опыт Санкт-Петербурга, устанавливать доски на зданиях, не имеющих прямого отношения к событиям, людям [1]) мы встречаемся и с другими проблемами.

В первую очередь необходимо отметить проблему значимости органов государственной власти и местного самоуправления в процессе принятия решений об установках мемориальных досок. На историческом этапе развития мемориальных досок, связанном с установлением в стране советской власти, определяющая роль доставалась государственному аппарату [1]. Сегодня возрастает роль общественных организаций в процессе принятия решений. Эта тенденция носит как положительный характер, связанный с проявлением гражданской инициативы, так и отрицательный, выражающийся в некоторых сторонах Положения.

Согласно вышеупомянутому акту, все затраты на установку мемориальных досок несут лица, вносящие предложения данных мероприятий. [5],

что является проблемой. То есть помимо того, что предложение об установке мемориальной доски должно было пройти сложную (на наш взгляд) процедуру принятия, изображенную на рисунке 3, заявители должны были сами оплатить все расходы, несмотря на то, что мемориальные доски являлись бы общим достоянием.

Рисунок 3. Алгоритм принятия решений об установке мемориальных досок

Переложение обязанности финансирования деятельности на заявителей может послужить причиной отказа от создания мемориальных досок. Решением данной проблемы может послужить переложение расходов на финансирование на средства местного бюджета.

Таким образом, мы рассмотрели комплекс взаимосвязанных проблем и предложили варианты их решения. Мы надеемся, что в ближайшем будущем произойдет повышение внимания общественности к обозначенным проблемам, и они будут разрешены.

Литература

1. Беседина, Е.А. «В этом здании жил и работал.»: мемориальные доски как образ исторической памяти. [Электронный ресурс] / Е.А. Беседина, Т.В. Буркова // Труды Исторического факультета Санкт-Петербургского университета. – СПб, 2013 – С. 45 – 64. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/v-etom-zdanii-zhil-i-rabotal-memorialnye-doski-kak-obraz-istoricheskoy-pamyati>
2. Вопреки противодействию коммунистов, памятная доска атаману Дутову в Оренбурге будет возвращена на место. [Электронный ресурс]. - URL: <http://orenkazar.ru/vopreki-protivodejstviyu-kommunistov-pamyatnaya-doska-atamanu-dutovu-v-orenburge-budet-vozvrashhena-na-mesto.html> - Независимый казачий информационный сайт «Оренбургское казачье войско».
3. В Оренбурге демонтирована доска памяти атаману Дутову [Электронный ресурс]. – URL: <http://orenkazar.ru/nachrichten0212.html> - 20.03.2010 - Независимый казачий информационный сайт «Оренбургское казачье войско»..
4. Мартынов А. И. Мемориальные доски города Кемерово. [Электронный ресурс] / А.И. Мартынов, Е.Е. Леонов, Е.Е. Онюшева // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств - С, 57-64 URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/memorialnye-doski-g-kemerovo-klassifikatsiya-problemy-izucheniya-osobennosti-issledovaniya>
5. Приложение N 1 к решению Оренбургского городского Совета от 17 июня 2016 года N 190 «Положение «О порядке присвоения, изменения, аннулирования наименований элементов улично-дорожной сети, элементам планировочной структуры в границах муниципального образования "город Оренбург" и установлении мемориальных досок».
6. Приложение N 1 к решению Совета депутатов муниципального образования Оренбургский район Оренбургской области от 12 сентября 2013 г. N 406 «Положение о порядке присвоения имен муниципальным учреждениям, установки памятных знаков и мемориальных досок в муниципальном образовании Оренбургский район Оренбургской области».
7. Савельзон В.Л. Оренбургская история в лицах: портреты на фоне эпохи. [Текст]. / В.Л. Савельзон. – Оренбург, 2007.
8. Словарь музейных терминов [Электронный ресурс]. - URL: Режим доступа: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp?36>
9. 180 лет назад 21 октября 1833 года в Оренбург прибыл композитор Александр Александрович Алябьев. [Электронный ресурс]. URL:

**Социальное самочувствие студентов вузов Оренбургской области
(по результатам социологического исследования)**

Мухарамова Л.Ф., студентка
Научный руководитель: Магомедов Р.Р., д.и.н., профессор
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В статье рассматривается социальное самочувствие студенческой молодежи Оренбургской области. Вопросы социального самочувствия отражают общий настрой студентов, психоэмоциональный климат, выраженность социальной напряженности в регионе. В статье исследуются факторы, определяющие социальное самочувствие студенческой молодежи, полученные в ходе эмпирического исследования. Для выявления социального самочувствия студентов Оренбургской области было проведено социологическое исследование. В качестве основного метода исследования выбрано анкетирование.

Ключевые слова: социальное самочувствие, студенческая молодежь, материальное положение, самоотношение, самооценность.

Abstract. The article discusses the social well-being of students of the Orenburg region. Questions of social well-being reflect the general attitude of the students, psycho-emotional climate, the intensity of social tension in the region. The article examines the factors that determine the social well-being of students, obtained in the course of empirical research. To identify the social well-being of students Orenburg region sociological study was conducted. The main research method is selected questionnaires.

Keywords: social well-being, students, financial situation, attitudes toward themselves, self-worth.

Исследование социального самочувствия людей как обобщенной эмоционально-оценочной реакции на различные изменения в своем положении в обществе является одним из важнейших направлений социологического анализа развития общества на современном этапе. Одним из индикаторов последствий экономических потрясений в обществе является социальное самочувствие населения. Изучение общественного мнения через разные методы с привлечением статистических данных позволяет обрисовать объективную картину общественных реалий. Вопросы социального самочувствия отражают общий настрой населения, психоэмоциональный климат, выраженность социальной напряженности в регионе [1].

Исследование социального самочувствия представителей различных социальных и возрастных групп является важным аспектом, позволяющим оценить изменения, происходящие как в общественном сознании, так и в индивидуально-личностном состоянии населения [2].

Актуальным представляется изучение социального самочувствия молодежи в возрасте от 18 до 23 лет. Поскольку молодежь в силу возрастных, социальных, психологических особенностей в большей степени, чем другие социальные и возрастные группы восприимчива к изменениям и переменам, происходящим в обществе.

Социальное самочувствие является ведущим фактором определения общественных настроений. По мнению многих ученых, самочувствие определяется в первую очередь качеством жизни. Понятия «социальное самочувствие» и «качество жизни» в научной литературе определяются как объективно-субъективные характеристики. Именно поэтому при составлении социологического опроса необходимо было учесть следующий вопрос: удовлетворены ли вы качеством жизни в настоящее время? Как распределились ответы на данный вопрос можно проследить на рисунке 1.

Рисунок 1. Ответы респондентов на вопрос о качестве жизни

По распределению ответов на данный вопрос можно сделать вывод о том, что респонденты скорее удовлетворены качеством жизни, однако велик процент и тех, кто не удовлетворен.

Важным фактором, влияющим на социальное самочувствие студентов, является их настроение. На вопрос, касающийся настроения, большинство студентов ответили, что в последнее время испытывают напряжение и раздражение (41,3%), высока доля тех, кто имеет нормальное, ровное состояние (26,1%), прекрасное настроение у 17,4% студентов, страх и тоску испытывают 13% от числа всех опрошенных, затруднились ответить 2,2%. Анализируя вышеизложенную информацию, можно сказать, что настроение студентов оставляет желать лучшего.

В состав проведенного социологического опроса входил еще один вопрос, затрагивающий эмоциональное состояние студентов. Ответы на него распределились следующим образом: «все не так плохо и жить можно» – 52,2%, «жить трудно, но можно терпеть» – 34,8%, «терпеть наше бедственное положение уже невозможно» – 6,5%, «затрудняюсь ответить» – 6,5%. Исходя из этого распределения можно сделать вывод о том, что большинство студентов осознают, что ситуация не самая лучшая, но готовы это терпеть.

Необходимо отметить, что одним из наиболее важных факторов, влияющих на социальное самочувствие, является материальная обеспеченность семьи студента. В социологический опрос были включены два вопроса, которые отражают общее материальное положение семьи и материальное положение семьи в настоящее время (с учетом кризисных явлений в экономике). Общее материальное положение семьи 50% студентов оценили как «хорошее», 37% как «среднее», 6,5% как «плохое», 4,3% как «очень хорошее» и 2,2% как «очень плохое». Ответы на вопрос о материальном положении семьи в настоящее время распределились следующим образом: «очень хорошее» – 4,3%, «хорошее» – 41,3%, «среднее» – 41,3%, «плохое» – 10,9%, «затрудняюсь ответить» – 2,2%. Из этого можно сделать вывод о том, что материальное положение семьи в настоящее время оценивается студентами хуже, чем общее материальное положение, а также о том, что большинство студентов оценивают материальное положение семьи, как хорошее и среднее.

На социальное самочувствие студентов оказывает влияние также экономическая обстановка как в России в целом, так и в области. Распределение ответов на вопросы, касающиеся оценки состояния экономики студентами, можно увидеть на рисунках 2 и 3.

Рисунок 2

Рисунок 3

Из рисунков 2 и 3 можно увидеть, что экономическое положение в области студенты оценивают лучше, чем в целом в России. Также можно сделать вывод о том, что большинство студентов оценивают экономическое положение, как «среднее», также высок процент, оценивающих состояние экономики, как «плохое», что, без сомнения, оказывает негативное влияние на самочувствие студентов.

Также важным фактором, влияющим на социальное самочувствие, является политическая обстановка. В ходе исследования было выяснено как студенты оценивают политическую обстановку в России и в области (рисунки 4, 5).

Из рисунков 4 и 5 можно сказать, что политическую обстановку в России большинство оценивает как «напряженную», в то время как обстановку в области большинство оценивает как «спокойную». Таким образом, наблюдается высокая дифференциация в оценке политической обстановки в России и в области.

Также следует отметить, что большинство студентов (89,1%) отнесли себя к категории людей со средним достатком, что свидетельствует о том, что в обществе не наблюдается высокая дифференциация по доходам, это служит показателем стабильности для студентов и оказывает положительное влияние на их социальное самочувствие.

Особое место в жизни студента занимает обучение в ВУЗе, это обосновывает необходимость включения в социологический опрос следующего вопроса: насколько Вы в общем довольны обучением в Вашем ВУЗе?

Рисунок 4

Рисунок 5

Ответы на этот вопрос распределились следующим образом: «очень доволен» – 10,9%, «доволен» – 47,8%, «скорее доволен» – 28,3%, «скорее недоволен» – 13%, «недоволен» – 0%.

Эти цифры свидетельствуют о том, что большинство студентов довольны обучением в ВУЗе, что оказывает благоприятное воздействие на их социальное самочувствие.

Также в социологический опрос был включен вопрос о степени удовлетворенности отношениями с одногруппниками. Ответы распределились следующим образом: «вполне удовлетворен» – 34,8%, «скорее удовлетворен» – 41,3%, «скорее не удовлетворен» – 19,6%, «совершенно не удовлетворен» – 4,3%. Можно сделать вывод о том, что большинство студентов удовлетворены отношениями с одногруппниками, хотя есть маленькая доля, чьи отношения с одногруппниками оставляют желать лучшего.

Фактором, оказывающим влияние на социальное самочувствие студентов также является уровень жизни. Ответы на вопрос «Вы удовлетворены уровнем жизни?» были распределены следующим образом: «вполне удовлетворен» – 17,4%, «скорее удовлетворен» – 52,2%, «скорее не удовлетворен» – 23,9%, «совершенно не удовлетворен» – 6,5%. Это говорит о высокой доле студентов, удовлетворенных уровнем жизни, однако доля недовольных уровнем жизни также существенна.

Важным вопросом для молодежи, а в особенности для студентов является выбор и реализация жизненной стратегии. Эта сторона студенческой жизни также была исследована (рисунок 6).

Рисунок 6 – Ответы респондентов на вопрос о выборе и реализации жизненной стратегии

По результатам исследования, было выявлено, что большинство студентов удовлетворены выбором и реализацией своей жизненной стратегии.

Таким образом, учитывая все факторы можно сделать вывод о том, что социальное самочувствие студентов в настоящее время является приемлемым. Существуют как факторы, которыми студенты недовольны и которые оказывают негативное влияние на их социальное самочувствие, но есть и факторы, которыми студенты вполне довольны и которые, соответственно,

благоприятно воздействует на студентов. К первым можно отнести отношение к политической и экономической обстановке в России, настроение и эмоциональное состояние студентов и др. А ко вторым, отношение студентов к политической и экономической обстановке в области, их удовлетворенность уровнем и качеством жизни, а также материальным положением своей семьи и др.

Литература

1. Бадонов А. М., Бадараев Д. Д. Социальное самочувствие студенческой молодежи в период экономического кризиса // Вестник Бурятского государственного университета. 2015. №5. С. 128 – 132.
2. Зябина О. В. Особенности социального самочувствия студенческой молодежи // Ярославский педагогический вестник. 2011. №4. Том 2. С. 249 – 252.

Тексты песен как материал для изучения английского языка

Храпова Е.С., студент

*Научный руководитель: Нестерова Т.Г., к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье рассматриваются дидактические преимущества песенных текстов в процессе изучения иностранного языка, предлагается алгоритм работы с текстами песен. В работе доказано, что правильное использование обучающего потенциала песенного текста повышает эффективность запоминания лексики и грамматики.

Ключевые слова: песенные тексты, обучающий потенциал, эффективность запоминания.

Abstract. The article deals with the didactic benefits of song texts in the course of the foreign language learning. In the paper the algorithm of work with lyrics is offered. It is proved that the correct use of the training potential of the song texts increases efficiency of lexical units and grammar rules studying.

Keywords: song lyrics, training capacity, efficiency remember.

Изучение английского языка стало актуальным в современном мире. Знающий иностранный язык специалист чувствует себя более конкурентоспособным на рынке труда. Существует множество способов изучения английского языка. Студенты разговаривают по скайпу с иностранцами, посещают занятия в учебных центрах, общаются с единомышленниками, увлеченными изучением языков в лингвистических лагерях, записываются на специализированные курсы, используют услуги репетиторов. Каждый студент сам выбирает наиболее комфортный способ изучения английского языка.

Самостоятельное изучение языка может быть организовано с использованием различных материалов, например, литературные произведения английских авторов, пословицы и поговорки, фильмы и прочие. Различных упражнений, построенных на использовании приемов запоминания очень много. Повторение – один из самых эффективных из них. Повторяя информацию, студенты часто неосознанно заучивают. Такой прием требует много времени и эффективен только на короткий промежуток времени. Неосмысленная информация забывается, если не систематизируется учащимся. Этот способ запоминания трудный, скучный, однообразный.

Целью данной статьи является рассмотрение возможностей использования песенных текстов для изучения английского языка.

Песня – это лирический жанр массовой литературы, предназначенный для исполнения под музыку. В песне раскрывается внутренний мир лирического героя и реализуется, свойственное массовой аудитории обыденное представление о жизни [4].

Рассмотрим преимущества использования песенных текстов для изучения языка.

Запоминание рифмованного текста происходит значительно быстрее и проще благодаря наличию рифмы и ритма в синтаксической конструкции песенного текста. Тексты песен обычно состоят из коротких предложений, что также способствует свободному и эффективному запоминанию.

Красивая мелодия считается весьма яркой и впечатляющей для сознания человека. Слушатель не только получает эстетическое наслаждение, но и испытывает эмоциональные переживания, примеряя историю героев музыкального произведения на собственный опыт. Необходимо отметить жанр мюзиклов как наиболее яркий пример эмоциональной насыщенности музыкальных образов. В случае, если мелодия понравилась человеку, то он непроизвольно начинает вслушиваться в слова, старается осознать значение песни, и уже через несколько прослушиваний без труда воспроизводит текст песни. И таким образом, происходит чрезвычайно мощное эмоциональное воздействие на сознание человека.

Помимо этого, песни являются средством наиболее прочного усвоения и расширения лексического запаса, т.к. содержат новые слова и фразы. В них ранее известная лексика встречается в новом контексте, что помогает её изучению. Благодаря лексическому значению в систему языка встраиваются культурные концепты [2, с. 1857]. В текстах песен часто присутствуют имена собственные, географические наименования, реалии государства изучаемого языка, поэтические выражения. Это содействует формированию чувства языка, познания его особенностей. В песнях звучит естественный, современный английский язык, обыденные фразы, зачастую изобилующие идиоматическими выражениями, сленгом и другими компонентами языка.

В песнях лучше усваиваются и активизируются грамматические конструкции, поскольку контекст фиксирует их как устойчивые элементы языка.

Песни способствуют совершенствованию навыков иноязычного произношения, формированию музыкального слуха. Определено, что музыкальный слух, слуховое внимание и слуховой контроль находится в тесной взаимосвязи с формированием артикуляционного аппарата. Умение воспринимать иноязычную речь, различать правильное и неправильное произношение звуков, контролировать собственное произношение является неременным условием успешного изучения английского языка. Развитие фонематического восприятия обеспечивается умениями делить слова на звуки, чувствовать порядок звуков в слове, что эффективно реализуется на материале песенных текстов.

Песни содействуют эстетическому воспитанию человека и более полному раскрытию творческих способностей. Благодаря музыке формируется благоприятный психологический климат, уменьшается психологическая нагрузка, активизируется речевая деятельность, повышается эмоциональный тонус, поддерживается интерес к изучению английского языка [1].

Важным преимуществом песен также является тот факт, что они стимулируют монологические и диалогические выражения, служат базой формирования речемыслительной деятельности [1], содействуют развитию как подготовленной, так и не подготовленной речи. Слушая песни, учащийся неосознанно включается в диалог, поскольку уже выстроены грамматические и лексические конструкции.

Песенный текст, как правило, насыщен стилистическими средствами художественной выразительности. К ним относятся яркие эпитеты, красочные сравнения, метафоры, фразеологические обороты, идиоматические выражения и другие. Стилистические средства позволяют полнее понять характерные особенности культур [3, с.152]. Запоминание примеров художественной выразительности обогащает словарный запас и развивает иноязычную речевую деятельность

Таким образом, в музыке песен изначально заложены механизмы, способствующие запоминанию. Благодаря ритму, рифме, мелодичности музыкального произведения, эмоциональности музыкальных образов, насыщенности новыми словами и средствами художественной выразительности тексты песен помогают студенту наиболее результативно изучать английский язык.

Надо отметить, что перечисленные преимущества способствуют эффективному запоминанию песен при обязательном соблюдении ряда условий. К ним относится знание слов в песне, осознанное ее прослушивание. Соблюдение этих условий важно, поскольку когда язык неизвестен для понимания, то и сознание будет воспринимать лишь мелодию, а слова так и останутся непонятными звуками. Для изучения иностранного языка недостаточно только слушать приятные, но совершенно незнакомые и непонятные песни, нужно осмысливать текст песни, анализировать речевые конструкции и пытаться представить образы и ситуации, предлагаемые в песне.

Изучение английского языка при помощи песен будет результативно лишь тогда, когда человек знает, о чем в них поется, поскольку человеческое ухо настроено различать лишь знакомые звуки. Все остальное сливается в

неопределенный привычный шум. Сознание просто не воспринимает этот фон, как, например, человек, живущий рядом с железной дорогой, перестает реагировать на звуки проезжающих поездов. В то время как жителю спокойного района этот шум будет значимым раздражителем. С другой стороны, слова чужого, незнакомого языка могут трактоваться сознанием под созвучные слова родного языка и их можно воспроизводить, но неправильно. По этой причине следует всегда иметь перед глазами текст английской песни, а также ее перевод. Кроме того весьма полезными окажутся специальные фонетические упражнения. Изучение английского при помощи песен будет эффективным лишь в том случае, когда все делается правильно.

Каждый человек индивидуален и учится по-разному. Однако существуют общие, универсальные этапы работы с песней, которые обеспечивают эффективность этого способа изучения английского языка.

Очень важно правильно выбрать песню. Нужно отдать предпочтение композиции, с которой интересно работать. Тут может быть только один критерий подбора: песня должна нравиться слушателю, ведь ее придется слушать несколько раз подряд.

Важно знать и то, что далеко не всякая песня подойдет для правильного изучения английского языка. В текстах многих современных англоязычных песен в огромном количестве присутствуют сленговые слова и обороты. Для обогащения словарного запаса необходима обычная повседневная речь, поэтому для обучения нужно выбирать песни из таких направлений, как блюз, джаз, кантри и фолк.

Также подойдут для обучения мюзикл и опера, но эти жанры непопулярны среди современной молодежи. Песни для эффективного обучения английскому должны нравиться, в первую очередь, тому, кто изучает язык.

При выборе песен, которые наиболее подходят для изучения английского языка следует учитывать, что ряд особенностей песенного текста может затруднить процесс изучения языка. Например, песни, где много редких слов, или песнислова к которым трудно найти, малоизвестные песни. В популярных песнях более простой, разговорный язык, поэтому английский язык лучше изучать именно с их помощью. Следует избегать брать для изучения песни в быстром темпе, песни, особенно если студент испытывает трудности с восприятием английской речи на слух. В этом случае следует остановиться на композиции, которую исполняют в медленном или среднем темпе, чтобы было легче разобрать слова.

Разбор текста является следующим этапом работы с песенным текстом. Необходимо прослушать композицию, стараясь понять максимум слов. При этом нужно вслушиваться не только в текст, но и в интонации исполнителя – это тоже поможет уловить смысл песни. Если композиция новая для человека, то нужно прослушать ее два раза, чтобы уловить суть.

Следующим этапом является слушание и чтение текста. Студент слушает песню и одновременно читает ее текст, при этом стараясь разобрать в

речи исполнителя каждое слово. Для этой цели можно использовать субтитры.

Работа с текстом предполагает необходимость выписывать незнакомые слова и выражения. Важным элементом работы с песнями является составление собственного словаря, в котором будут представлены не только отдельные слова, но и формы слова, а также практические примеры, цитаты песни.

Заключительным этапом является слушание песни без опорного текста.

Необходимо прослушать песню еще раз, не подсматривая в текст, пытаться разобрать на слух каждое слово исполнителя и вспомнить, что значат новые слова. На этом этапе текст должен пониматься полностью.

Таким образом, изучение английского языка на материале песен является одним из наиболее простых, эффективных, а самое главное приятных способов овладения языком.

Литература

1. Нестерова, Т.Г. Учебная задача как средство развития речевой деятельности студентов / Т.Г. Нестерова / диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Оренбург, 2002

2. Нестерова, Т.Г. Лексические средства выражения концепта «Богатство» в английской авторской сказке / Т.Г. Нестерова // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры // Материалы Всероссийской научно-методической конференции (с международным участием). Оренбург, ОГУ. – 2015. С. 1856-1861. – ISBN 978-5-7410-1180-5.

3. Нестерова, Т.Г. Стилистические средства выражения концепта «Богатство» в английской и русской сказках / Т.Г. Нестерова // Вестник ОГУ №11(186) / ноябрь, 2015. – С. 151-157. – ISBN1814-6457.

4. Плотницкий, Ю. Е. Лингвостилистические и лингвокультурные характеристики англоязычного песенного дискурса / Ю. Е. Плотницкий / диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Самара, 2005.

ГТО как основа физкультурно-массовой работы в вузе

Шермецинский А.С., студент
Научный руководитель: **Шумилина Н.С.**, к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Здоровье и физическое состояние любого человека, а особенно обучающихся, нуждаются в постоянном укреплении и уходе, в связи с этим был принят Указ Президента РФ о возрождении комплекса ГТО, который прекрасно выполнял данную функцию на территории СССР. Для анали-

за актуальности данного комплекса были опрошены две группы студентов, обучающихся на 2-м и 3-м курсах. Результаты показали, что комплекс ГТО из года в год набирает популярность и положительно влияет на физическое состояние студентов.

Ключевые слова: физическая культура, комплекс ГТО, спорт, студенты.

Abstract. Health and physical condition of any person, and especially a student in need of constant care and strengthening. Decree of the President of the TRP revival of the complex was adopted, it perfectly fulfills this function in the Soviet Union. Two groups of students were interviewed for the analysis of relevance of the complex. The results showed that the TRP complex gaining popularity and a positive effect on the physical state of students from year to year.

Keywords: physical education, the TRP complex, sports, students.

Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» (ГТО) – полноценная программная и нормативная основа физической подготовки населения страны, нацеленная на развитие массового спорта и оздоровление нации, проводимая в общеобразовательных, спортивных, профильных и профессиональных организациях.

Сами предпосылки возникновения комплекса ГТО прослеживались в послереволюционный период, когда перед страной встали две серьезные проблемы: окружение СССР различными чужими идеологиями и гражданская война. Страна нуждалась в сильных военных, чтобы противостоять противникам как вне, так и внутри государства. Так целью создания комплекса ГТО являлось дальнейшее повышение уровня физического воспитания и мобилизационной готовности молодого поколения и всего советского народа в целом. Основное содержание данного комплекса было ориентировано на качественную физическую подготовку сотен миллионов советских людей [1].

В 1930 году газета «Комсомольская правда» напечатала обращение, предлагающее установить всесоюзные испытания на право получения почетного значка «Готов к труду и обороне». А уже в 1931 году по поручению Всесоюзного совета физической культуры при ЦИК СССР был разработан проект комплекса ГТО, который в скором времени после общественного обсуждения 11-го марта того же года был утвержден и стал нормативной основой системы физического воспитания для всей страны.

Первый комплекс ГТО включал в себя всего одну ступень, содержащую 21 испытание, шесть из которых были теоретическими, а 15, соответственно, практическими: бег на 100, 500 и 1000 метров, прыжки в длину и высоту, метание гранаты, подтягивание на перекладине, лазание по канату или шесту, поднятие патронного ящика весом в 32 килограмма и безостановочное передвижение с ним на расстоянии 50 метров, плавание, умение ездить на велосипеде или умение управлять трактором, мотоциклом, автомо-

билем, умение грести 1 км., лыжи на 3 и 10 км., верховую езду и продвижение в противогазе на 1 км.

По результатам испытаний теоретической части проверялись военные знания и знания истории физкультурных достижений, основ физкультурного самоконтроля, оказанию первой медицинской помощи. Испытания проводились на различных уровнях – в городах, селах и деревнях, а также на предприятиях и в организациях. Сами результаты заносились в билет физкультурника.

Те, кто успешно сдавал нормативы и был награжден значком ГТО (рисунк 1), имели льготу при поступлении в специальное учебное заведение по физической культуре и преимущественное право на участие в спортивных соревнованиях и физкультурных праздниках республиканского, всесоюзного и международного масштабов.

Высокая идейная и политическая направленность комплекса ГТО, общедоступность физических упражнений, включенных в его нормативы, их очевидная польза для укрепления здоровья и развития навыков и умений, необходимых в повседневной жизни, стремительно развивали популярность комплекса ГТО среди населения и особенно среди молодежи. Уже в 1931 году успешно сдали все нормативы и получили заветные значки ГТО 24 тысячи советских граждан. Так с 1931 по 1941 годы число людей, сдавших нормы ГТО, составило 6 миллионов человек. За 7 лет число людей, вовлеченных в спорт, увеличилось на один миллион и составило уже 7 миллионов человек. К 1977 году этот показатель резко увеличился, тогда в стране насчитывалось более 52 миллионов человек, сдавших нормативы ГТО [2].

Эта система просуществовала ровно 60 лет, но распад Советского Союза повлек за собой огромную пропасть в работе над воспитанием физической активности населения, и комплекс ГТО фактически прекратил свое существование в 1991 году. Спустя 22 года руководство страны и региональные руководители выступили с инициативой возрождения комплекса ГТО в Российской Федерации в современном формате. И результатом долгой и качественной подготовки стало издание Указа Президента Российской Федерации от 24 марта 2014 года № 172 «О Всероссийском физкультурно-спортивном комплексе „Готов к труду и обороне “(ГТО)», постановляющего о вводе в действие нового комплекса с 1 сентября 2014 года [3].

На сегодняшний день комплекс ГТО продолжает возрождаться, преобразовываясь в новой форме и новых условиях.

Рисунок 1. Значок ГТО 1931 – 1936 годов

Внедрение данного комплекса преследует следующие цели и задачи:

- 1) увеличение числа граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом в Российской Федерации;
- 2) повышение эффективности использования возможностей физической культуры и спорта в укреплении здоровья, гармоничном и всестороннем развитии личности, воспитании патриотизма и обеспечение преемственности в осуществлении физического воспитания населения;
- 3) повышение уровня физической подготовленности и продолжительности жизни граждан Российской Федерации;
- 4) модернизация системы физического воспитания и системы развития массового, детско-юношеского, школьного и студенческого спорта в образовательных организациях, в том числе путем увеличения количества спортивных клубов;
- 5) повышение общего уровня знаний населения о средствах, методах и формах организации самостоятельных занятий, в том числе с использованием современных информационных технологий;
- 6) формирование у населения осознанных потребностей в систематических занятиях физической культурой и спортом, физическом самосовершенствовании и ведении здорового образа жизни.

Современный комплекс ГТО предусматривает подготовку к выполнению и непосредственную сдачу нормативов различными возрастными группами населения России по трем уровням сложности. Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс основывается на пяти принципах:

- 1) добровольность;
- 2) доступность;
- 3) лично ориентированная и оздоровительная направленность;
- 4) обязательное прохождение медицинского контроля;
- 5) учет национальных традиций и региональных особенностей.

Но является ли комплекс ГТО актуальным в современных условиях? Для ответа на данный вопрос необходимо проанализировать результаты анонимного опроса обучающихся 2-го и 3-го курсов Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова и Оренбургского государственного университета (2014 – 2015 годы поступления), которые поступали в период введения и непосредственного действия современного комплекса ГТО (рисунок 2).

Рисунок 2. Результаты анонимного опроса обучающихся 2-го и 3-го курсов

Необходимо отметить, что в Оренбургском филиале РЭУ им. Г.В. Плеханова уже на протяжении многих лет работает клуб «Атлет», где обучающиеся активно самореализовываются в различных видах спорта. Именно члены спортивного клуба стали одними из первых желающими попробовать свои силы в сдаче нормативов ГТО [4, 5].

Обучающимся предлагалось ответить на вопрос: сдавали ли они нормативы ГТО? Результаты опроса можно наблюдать на диаграмме ниже. По полученным данным можно сделать вывод, что интерес к комплексу ГТО только растет, это связано с тем, что обучающиеся понимают, что необходимо физически развивать и укреплять свой организм, а сдача норм ГТО и подготовка к ним прекрасно выполняли эту функцию, как показывает опыт предшествующих поколений. Также уменьшилась доля тех, у кого отсутствует желание сдавать нормативы, что также подтверждает тот факт, что физкультурно-спортивный комплекс вновь набирает популярность среди молодежи.

Возрождение ГТО в России востребовано временем и обусловлено различными социальными факторами. Большинство россиян позитивно настро-

ено к данным изменениям. Фундамент, заложенный системой ГТО, положительно скажется на здоровье всего последующего поколения населения страны.

Литература

1. *Новый комплекс ГТО в ВУЗе / В.А. Гриднев, С.В. Шпагин – Тамбов, 2015.*
2. *<http://www.gto.ru/> – официальный сайт Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» [Электронный ресурс]*
3. *Данилкина, Ю.А. Комплекс ГТО // Символ науки. – 2015. – № 4 – с.172 – 173.*
4. *Физическая культура в системе профессиональной подготовки бакалавров: теоретический аспект: электронное учебное пособие / Шумилина Н.С., Гилязиева С.Р., Холодова Г.Б. Хроники объединенного фонда электронных ресурсов Наука и образование. 2015. № 8-9 (75-76). С.*
5. *Шумилина, Н.С. Возможности спортивного клуба для формирования профессионально-этической направленности // Актуальные проблемы торгово-экономической деятельности и образования в современных условиях: электронный сборник научных трудов X Международной научно-практической конференции. Хроники объединенного фонда электронных ресурсов Наука и образование. 2015. № 8-9 (75-76).*

Поиск наилучшего проекта для инвестиций на базе сравнения бизнес-планов методом ELECTREI

*М.А.Горбунова, Масальская М.А, студенты
Научный руководитель: Матвеев А.Г., к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Статья посвящена выбору наилучшего инвестиционного проекта на основе сравнения бизнес-планов методом ELECTREI. Проблема состоит в разнообразии инвестиционных проектов, а также в сложности принятия решения о том, какой бизнес является наилучшим для инвестирования. Проведенный анализ позволяет утверждать, что с помощью применения метода РИПСА можно осуществить многокритериальный выбор.

Ключевые слова: Инвестирование, многокритериальный выбор, прибыль, рентабельность.

Abstract. This article is devoted to the choice of the investment project on the basis of comparison of business plans by the ELECTREI method. Relevance of this problem consists in a variety of investment projects and in complexity of deci-

sion making about in what business it is necessary to invest. The conducted research allows to claim that with the help of application of the RIPSА method it is possible to perform the mnogokriterialny choice.

Keywords: Investment, multicriteria choice, profit, profitability.

Составление бизнес-плана является одним из необходимых элементов процесса планирования бизнеса. В нем отражаются ключевые показатели, которые обосновывают целесообразность проекта, раскрывают суть предполагаемого направления деятельности. Как показывает статистика, около 90% бизнес-проектов разоряется в первые годы своей деятельности, поэтому выбор вида бизнеса, представляется несколько сложной, настолько и актуальной задачей. Бизнес-проект оценивается рядом критериев, а значит и задача выбора является многокритериальной.

На современном этапе существует достаточно много методов, которые позволяют осуществить многокритериальный выбор [1,2]. Для принятия решения можно воспользоваться методами ELECTRE, разработанными группой французских ученых во главе с профессором Б. Руа. В методах ELECTRE не определяется количественный показатель качества каждой из альтернатив, а лишь устанавливается факт превосходства одной альтернативы над другой, для чего производится расчёт так называемых индексов попарного сравнения.

Методы, основанные на разработке индексов попарного сравнения альтернатив (РИПСА), реализуются в два этапа. На первом этапе строятся индексы попарного сравнения альтернатив. Индексы попарного сравнения строятся на основе принципов согласия (concordance – c) и несогласия (disconcordance – d). В соответствии с этими принципами альтернатива A_i признается не хуже альтернативы A_j , если достаточно большое число критериев подтверждает это утверждение, а возражения по остальным критериям не слишком сильны.

Формируется три множества: множество I^+ , включающее критерии, по которым альтернатива A_i превосходит альтернативу A_j , множество I^- , состоящее из критериев, по которым альтернативы равны, а также множество I^0 объединяющее критерии, по которым альтернатива A_i хуже A_j .

Каждому критерию присваивается коэффициент важности P_i . Б.Руа предлагает данные коэффициенты определить, как количество голосов экспертов, отданных за данный критерий.

В методе ELECTREI индекс согласия с тем, что альтернатива A_i лучше альтернативы A_j определяется как отношение суммы весов критериев, вошедших в множества I^+ и I^0 к общей сумме (1):

$$C_{A_i \rightarrow A_j} = \frac{\sum_{I^+ \cup I^0} P_i}{\sum_{i=1}^n P_i} \quad (1)$$

Индекс несогласия с гипотезой о превосходстве альтернативы A_i над A_j определяется на основе критерия, более других “не согласного” с превосходством альтернативы A_i над A_j , т.е. по критерию, согласно которому A_j в наибольшей степени превосходит A_i . В соответствии с этим принципом индекс несогласия рассчитывается по (2):

$$d_{A_i \rightarrow A_j} = \max_i \frac{l_{A_i} - l_{A_j}}{L_i} \quad (2)$$

Далее индекс согласия $C_{A_i \rightarrow A_j}$ будем обозначать $C_{A_i A_j}$, а индекс несогласия $d_{A_i \rightarrow A_j}$ как $d_{A_i A_j}$. [1, с. 115]

На втором этапе вводятся так называемые уровни согласия с гипотезой о превосходстве альтернативы A_i над A_j – α и уровень несогласия – γ . В качестве начального значения уровня согласия α рекомендуется принять максимальное значение индекса согласия $C_{A_i A_j}$, а начальное значение уровня несогласия принять равное минимальному значению уровня несогласия $d_{A_i A_j}$. Далее для каждой пары альтернатив A_i и A_j производится сравнение индекса согласия с уровнем (3):

$$\begin{cases} C_{A_i A_j} \geq \alpha_i \\ d_{A_i A_j} \leq \gamma_i \end{cases} \quad (3)$$

При выполнении данного условия (3), альтернатива A_i признаётся лучше A_j . На принятых уровнях согласия и несогласия формируется т.н. ядро, включающее элементы (альтернативы), находящихся в отношении превосходства. Если анализ ядра позволяет выделить лучшую альтернативу – задача решена. Если нет – меняются значения уровней согласия и несогласия (уменьшается α_i и увеличивается γ_i). Формируется новое ядро, производится его анализ с целью выделения наилучшей альтернативы, и т.д. Продемонстрируем применение метода на следующем примере.

Нами были рассчитаны четыре варианта возможных бизнес-планов, среди которых: организация детского культурно-развлекательного центра (А), производство йогурта-мороженого (В), открытие кафе-библиотеки (С) и гостиницы для домашних животных (D). Выбирая вложения в тот или иной вид деятельности, предприниматель должен руководствоваться такими показателями как капитальные вложения, срок окупаемости, рентабельность проекта, критическая выручка, а также сумма чистого дисконтированного дохода.

Составление бизнес-плана – это сложная многомерная система расчетов, в результате которых формируются показатели экономической деятельности. По предварительным расчетам для реализации проекта детского культурно-развлекательного центра необходимо административное здание общей площадью около 400 кв. м. Необходимо учесть составление дизайн проекта, обеспечение которого обойдется в 200000 руб. Восстановительные работы и

обустройство территории потребуют денежные средства в размере 1800000 руб., исходя из рыночной стоимости косметического ремонта 4500 руб. за 1 кв. м. Остальные статьи затрат на организацию бизнеса представлены в таблице 1. Таким образом, для открытия детского культурно-развлекательного центра потребуются капитальные вложения в размере 4480000 руб. (таблица 1).

Таблица 1 – Капитальные вложения

Наименование	Стоимость (руб.)
Вложения во внеоборотные активы, в т.ч.:	2360000
Стоимость восстановительных работ и обустройства территории	1800000
Составление дизайн проекта	200000
Прочие затраты разового характера: организационные, имущество с низкой стоимостью длительного использования, арендная плата,	360000
в т.ч. стартовая реклама	200000
Аренда и другие	160000
Вложения в оборотные активы, в т.ч.:	2120000
Приобретение, установка и монтаж оборудования, мебели	2000000
Прочие материальные затраты (канцтовары, связь, средства гигиены и т.п.)	120000
Итого:	4480000

Чистый дисконтированный доход (ЧДД) определяется как сумма текущих эффектов за весь расчетный период, приведенная к начальному шагу. Расчет проведен на реально обозримый горизонт в 5 лет. Расчет чистого дисконтированного дохода представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Расчет чистого дисконтированного дохода детского культурно-развлекательного центра

Шаг расчета год	Капитальные вложения, руб.	Доходы за вычетом расходов, руб.	Коэффициент дисконтирования при E=19,6%	Чистый дисконтируемый доход, руб.
0	4840000	2627226,1	1	2627226,1
1		3424768,2	0,833	2852831,9
2		3298429,2	0,694	2289109,8
3		3148050,1	0,579	1822721,1
4		2965419,6	0,482	1429332,2

5		2748477,2	0,402	1104887,8
Сумма ЧДД				12126108,9

С учетом суммы чистого дисконтированного дохода равной 12126108,9 руб., рассчитывается срок окупаемости. Для рассматриваемого проекта он составит 16 мес., т.е. первоначальные вложения и другие затраты, связанные с инвестиционным проектом, покроеются суммарными результатами его осуществления менее, чем за два года.

Одним из важных показателей является рентабельность. С учетом выше указанных расчетов для проекта детского культурно-развлекательного центра она составит 170,6% за пятилетний период (4).

$$R = \frac{12126108,9 - 4480000}{4480000} = 170,6\% \quad (4)$$

На рисунке 1 представлен график точки безубыточности.

Рисунок 1 – График безубыточности

Согласно расчетам, критическая выручка для детского культурно-развлекательного центра равна 340 000 рублей, то есть точка безубыточности в натуральном выражении составит 1 500 человек.

Аналогичным образом были рассчитаны основные показатели по трем другим бизнес-проектам. Исходные данные для дальнейшего анализа с помощью метода ELECTRE представлены в таблице 3.

Таблица 3 - Исходные данные

Альтернатива	Капитальные вложения, (руб.)	Срок окупаемости, (мес.)	Рентабельность проекта (%)	Критическая выручка, (руб.)	Сумма чистого дисконтируемого дохода, (руб.)
А	4480000	16	170,6	262521	12126108,9
В	260000	13	76,4	135654	2367469

C	1527578	26,28	59,2	99321,8	7654981,1
D	965500	13	200	498241,3	10587399
Вес	11	7	3	5	8
max	10000000	60	350	2000000	250000000
min	10000	1	28	5000	600000
L	9990000	59	322	1995000	249400000

Значения весов были получены экспертным путем, в ходе опроса студентов экономических специальностей старших курсов. Рассчитанные индексы согласия и несогласия по формулам 1 и 2 представлены в таблицах 4 и 5.

Таблица 4 - Матрица индексов согласия

	A	B	C	D
A	*	11/34	18/34	13/34
B	23/34	*	18/34	23/34
C	16/34	13/34	*	5/34
D	21/34	18/34	29/34	*

Таблица 5 - Матрица индексов несогласия

	A	B	C	D
A	*	0,422	0,296	0,352
B	0,293	*	0,053	0,384
C	0,346	0,220	*	0,437
D	0,118	0,182	0,200	*

Начальный уровень согласия примем $\alpha=29/34$, а несогласия $\gamma=0,053$. При данных значениях ни одна пара альтернатив не попала в ядро. Продолжаем последовательно уменьшать значение уровня согласия и увеличивать значение уровня несогласия (лучше это делать не одновременно, а поочередно) [2, с. 132].

При уровне согласия равном и уровне несогласия, равном (в таблицах 6 и 7 выделены цветом) в ядро вошли пары альтернатив, утверждающие превосходство альтернативы B над C, D над A, B и C.

Таблица 6 - Матрица индексов согласия № 4

	A	B	C	D
A	*	11/34	18/34	13/34
B	23/34	*	18/34	23/34
C	16/34	13/34	*	5/34
D	21/34	18/34	29/34	*

Таблица 7 - Матрица индексов несогласия

	A	B	C	D
A	*	0,422	0,296	0,352
B	0,293	*	0,053	0,384
C	0,346	0,220	*	0,437
D	0,118	0,182	0,200	*

Результат представлен на графе (рисунок 2).

Рисунок 2 – Результирующий граф

Таким образом, получаем, что альтернатива D является лучшей, то есть наиболее оптимальным вложением денег является бизнес по открытию гостиницы для домашних животных. В ходе проведения расчетов с помощью метода, основанного на разработке индексов попарного сравнения альтернатив, а именно, метода ELECTREI, был найден наилучший вариант вложения денежных средств. Данный метод может с успехом применяться в практической деятельности с целью помощи для ЛПР (лица, принимающего решение).

Литература

1. Ларичев О.И. Теория и методы принятия решений. 2-е изд., перераб. И доп. - М. Логос, 2008. - 392 с.
2. Матвеев, А.Г. Методы оптимальных решений: учебное пособие / А.Г. Матвеев.: Объединённый фонд электронных ресурсов "Наука и образование". Рег. № 21711 от 17.03.2016, 2016. – 165 с.

Обоснование разработки программного средства

Бурашиеева А.Т., Федоров С.В., студенты
Научный руководитель: Молостова О.В., преподаватель
ФГБОУ ВО «Оренбургский ГАУ», Россия

Аннотация. В данной статье рассматривается вопрос целесообразности разработки программного средства. Определены основные критерии, на которые следует обратить внимание. Также предложена методология принятия решения о целесообразности разработки программного средства.

Ключевые слова: целесообразность разработки, программное средство, принятие решения, разработка программного средства.

Abstract. In this article, the issue of expediency of software development is considered. The main criteria to be taken into account are identified. A methodology for deciding whether to develop a software tool is also proposed.

Keywords: expediency of development, software, decision-making, software development.

Выбор и внедрение программных средств на сегодняшний момент представляют собой отдельный сегмент рынка, в котором каждый желает извлечь наибольшую выгоду, начиная от разработчиков программных средств и заканчивая поставщиками. Перед компаниями возникает выбор, какое же программное средство выбрать, на что опереться в данном случае. Однако никогда не будет уверенности в том, что выбранное программное средство будет гарантировать результат. Наличие опыта всегда делает выбор более простым, но «приобретение» такого опыта может принести компании значительные финансовые затраты. Альтернативным вариантом может послужить разработка собственного программного средства, которое будет удовлетворять всем нуждам компании. Но как же найти решение в данном случае – стоит ли браться за разработку или более удачным решением будет подобрать что-нибудь из имеющихся программных средств?

Выбор программного средства из уже имеющихся осуществляется на основе сравнения объектов-аналогов. Очень часто предпочтение той или иной альтернативы является достаточно очевидным. Но как определить критерии, которые смогли бы помочь сделать правильный выбор в пользу разработки программного средства? Во-первых, следует заметить, что разработка программного средства сопровождается значительными затратами как финансовыми, так и трудовыми. Определяющую роль играет при этом формирование требований к функциям, которые это программное средство должно выполнять. Безусловно, с этого и начинается процесс разработки любого программного средства.

Критерием выбора в первую очередь могут быть следующие качественные характеристики:

1) *Функциональность программного средства*, то есть способность выполнять задачи, для решения которых оно предназначено.

2) *Удобство и простота использования* данного программного средства. Часто при выборе программного средства об этом забывают, на деле этот критерий не менее важен, чем функциональность.

3) *Технические характеристики*. Это не самый главный, хотя и немаловажный критерий при выборе программного средства. Не так страшно осознавать, что купленное программное средство выводит данные из базы данных на несколько секунд дольше, чем другое программное средство, используемое конкурентами. А то, что конкурентам для этого достаточно нажать на

одну иконку, а вам вводить с клавиатуры неудобочитаемые команды – это уже обидно.

4) *Цена программного средства*, состоящая из трёх стоимостей:

- Стоимость приобретения. Это та сумма, за которую было приобретено программное средство у разработчика;
- Стоимость внедрения. Сюда относят все затраты на внедрение нового программного средства;
- Стоимость владения. Здесь и стоимость технической поддержки программного средства, и стоимость его обновления.

После этого проводится анализ рынка программных средств, выявляются наиболее подходящие программные средства. Осуществляется анализ полученных результатов и принимается наиболее оптимальное решение. Имеет смысл подчеркнуть, что в России достоверных статистических данных и единых критериев показателей уровня разработки и реализации программных средств не существует.

Рассмотрим процедуру принятия решения на конкретном примере. Предположим, что требуется разработать программное средство «ServiceS» для автоматизации деятельности сервисного центра, осуществляющего ремонт компьютерной техники.

ГОСТ 28806-90 «Качество программных средств. Термины и определения» устанавливает критерии качества программного средства, одними из которых являются функциональность и удобство в использовании, в силу чего они и будут учитываться в первую очередь [1]. Следует отметить, что более специфические характеристики программного средства на рынке обуславливают ее более высокую цену. В связи с этим устанавливаем приоритет цены над техническими характеристиками, так как от них не будет значительно зависеть эффективность рабочего процесса организации. Таким образом, осуществим анализ критериев выбора в следующем порядке: *функциональность, удобство в использовании, цена, технические характеристики*.

Определяя набор функций, которым должно удовлетворять программное средство для автоматизации деятельности сервисного центра, получим следующий набор основных свойств программы:

- учет поступающей на ремонт компьютерной техники;
- возможность автономной работы;
- отслеживать статус ремонта;
- формирование отчетов;
- печать гарантийных талонов и чеков;
- отслеживание срока гарантии после ремонта.

Второй критерий в данном случае опускается, поскольку предполагается, что разрабатываемое программное средство будет удовлетворять требованиям удобства и простоты.

Оценку объекта интеллектуальной собственности осуществляют тремя подходами: доходным, сравнительным или затратным. Так как предполагается разработка программного средства для внутренних потребностей органи-

зации, то наиболее применимой в данном случае будет оценка по фактическим затратам, произведенным за счет средств самой организации, то есть с помощью затратного подхода.

Ниже представлена оценка стоимости будущего программного средства по методике, предложенной Н. В. Дроботун (затратный метод) [2]. Результатом данной оценки будет определение себестоимости разработки программного средства, которая и будет являться ценой данного продукта.

Калькуляция себестоимости разработки осуществляется по следующим статьям: материалы, расходы на оборудование, основная и дополнительная заработная плата, отчисления на социальные нужды и накладные расходы.

Определяющую роль в стоимости разработки программного средства будут играть перечень выполненных работ и их трудоемкость. В результате расчета по методике трудоемкость работ при разработке программного средства составила 5,5 дней.

Так как в современном мире практически невозможно работать без средств вычислительной техники, то следует принимать во внимание и расходы на соответствующее оборудование. Согласно методике расходы на оборудование составили 256,46 руб.

Калькуляция расходов по статье «Материалы» не производилась, поскольку в данном случае предполагалось отсутствие расходов на материалы и покупные изделия (бумага для принтера, заправка картриджа, CD-диски и т.д.), используемые при выполнении разработки.

Следующий шаг в определении будущей стоимости разрабатываемого программного средства – это расчет заработной платы разработчика, который производится на основе полученных таблиц и данных бухгалтерии. Примерная заработная плата разработчика составила 1551 руб.

Просуммировав все полученные значения, получаем себестоимость планируемого программного средства, равную 1816,47 рублей.

Следующий этап принятия решения основан на анализе рынка имеющихся программных продуктов. В ходе данного анализа следует оценивать программные средства со следующих позиций[3]:

1. Функциональность. Если данное средство не имеет нужных функций, то рассматривать остальные критерии нет смысла.

2. Удобство в использовании. При использовании быстрого, но не очень удобного программного средства, тратится больше времени на поиск нужных элементов управления, нежели на выполнение самих команд.

3. Цена. Следует задуматься, во сколько обойдется приобретение, внедрение и содержание программного средства для всех рабочих станций организации.

4. Технические характеристики. При условии того что это играет существенную роль для организации.

В ходе анализа рынка были выявлены четыре программных средства, наиболее подходящие под указанную функциональность: ServiceMY, 1C: Сервисный центр, WinService Pro, S-Center. Результат сравнения программ-

ных средств по указанным критериям представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнение программных средств

Название:	ServiceMY	1С:Сервисный центр	WinService Pro	S-Center	ServiceS
Функциональность	+	+	+	-	+
Удобство использования	+	-	-	-	+
Технические характеристики	-	+	-	-	+
Цена программного средства, руб.	6500	40000	5500	4500	1816

В результате проведенного анализа установлено, что наиболее оптимальным решением будет уделить внимание разработке собственного программного средства «ServiceS», поскольку оно будет соответствовать всем выбранным критериям.

Таким образом, каждая компания путем несложных вычислений может самостоятельно произвести анализ и обосновать разработку любого программного средства. Результатом будет являться наиболее рациональное принятие решения, которое обеспечит эффективное функционирование организации.

Литература

1. ГОСТ 28806-90. Государственный стандарт Союза СССР. Качество программных средств. Термины и определения [Текст] – введ. 1990-12-25. – Информационная технология. Термины и определения: Сб.ГОСТов. – М.: Стандартинформ, 2005 – 8с.

2. Дроботун, Н.В. Методика оценки стоимости программ для ЭВМ и баз данных (затратный метод) / Н. В. Дроботун, Н. Ю. Бусыгин: практическое пособие. – С.-Петербург: СПГУТД, 2013. – 22с.

3. IPLM [Электронный ресурс]. URL: <http://iplm.ru/programmnoe-obespechenie-dlya-biznesa/po-kakim-kriteriyam-neobchodimo-osuschestvlyat-vibor-programmnogo-obespecheniya> (дата обращения: 10.03.2017).

Нормативно-законодательные основы трудового воспитания обучающихся в современном образовательном процессе

Пахарь В.В., аспирант

*Научный руководитель: Приказчикова О.В, к. ист. н.,
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Россия*

Аннотация. Воспитание трудолюбия у детей и подростков является актуальной проблемой современной практики воспитания. Именно поэтому перед каждой образовательной организацией на всех ступенях обучения стоят задачи по формированию трудолюбия у каждого ребёнка, осознанию его социальной роли и по воспитанию отношения к труду как важнейшей жизненной потребности.

Ключевые слова: законодательство, нормативно-правовые акты, образовательная организация, современная практика воспитания, трудовое воспитание, трудолюбие.

Abstract. the Education of diligence in children and adolescents is an actual problem of modern education experience. That's why before each educational organization at all levels of education are the problems of formation of diligence in each child the awareness of its social role and on education attitude to work as the most important necessities of life.

Keywords: legislation, legal acts, educational organization, modern practice of education, labor education, hard work.

В своем выступлении на Всероссийском семинаре-совещании руководителей органов исполнительной власти субъектов РФ, осуществляющих государственное управление в сфере образования, и председателей региональных организаций Общероссийского Профсоюза образования Министр образования и науки РФ Ольга Васильева подчеркнула важность трудового воспитания в современном образовательном процессе: «образование – это учение и воспитание». Васильева отметила, что «трудовое воспитание способствует социализации школьников и будет готовить их «ко всем сложностям жизни», и важную роль в этом процессе играет такой школьный предмет, как технология» [1].

В конце августа 2016 года министр образования и науки России Ольга Васильева в ходе Общероссийского родительского собрания заявила; «трудолюбие должно воспитываться с малых лет» [2].

Процесс трудового воспитания детей и подростков является продолжением государственной политики и правового регулирования отношений в сфере образования, которые основываются на принципах, закреплённых в российском законодательстве (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Нормативно-правовые акты, обеспечивающие трудовое воспита-

ние обучающихся в современном образовательном процессе

Нормативно-правовой акт	Содержание
1) ФЗ РФ «Об образовании в Российской Федерации», статья 3	закрепляет, что «гуманистический характер образования, приоритет жизни и здоровья человека, прав и свобод личности, свободного развития личности, воспитание взаимоуважения, трудолюбия, гражданственности, патриотизма, ответственности, правовой культуры, бережного отношения к природе и окружающей среде, рационального природопользования» [3].
2) Приказ Министерства образования и науки РФ «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура (уровень бакалавриата)»	определяет, что «у обучающихся необходимо воспитывать социально - личностные качества: организованность, целеустремленность, трудолюбие, ответственность, гражданственность, коммуникативность, толерантность» [4].
3) Приказ Министерства обороны РФ «Об утверждении порядка и условий приема в образовательные организации высшего образования, находящиеся в ведении министерства обороны Российской Федерации»	учреждает, что «основными моральными качествами кандидата должны являться: принципиальность, смелость, решительность, мужество, выдержка и самообладание, исполнительность, трудолюбие, честность, целеустремленность, настойчивость, самостоятельность и др.» [5].
4) Постановление Правительства РФ «Об утверждении Положения о статусе воспитанников воинских частей»	устанавливает, что «поощряются воспитанники, добросовестно выполняющие свои обязанности, отличающиеся примерным поведением, высокой успеваемостью, трудолюбием» [6].
5) Приказ Министерства образования и науки РФ «Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 101100 гостиничное дело (квалификация (степень) «бакалавр»)»	утверждает, что «выпускник должен понимать и анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы, проявлять патриотизм, трудолюбие и гражданскую ответственность» [7].
6) Приказ Министерства внутренних дел РФ «Об организации деятельности военного образовательного учреждения высшего профессионального образования внутренних войск Министерства внутренних дел Российской Федерации»	закрепляет, что «основной целью обучения курсантов по индивидуальным планам является воспитание трудолюбия и личной ответственности за качественное освоение программы подготовки, предусмотренной индивидуальным планом обучения» [8].
7) Приказ Министерства обороны РФ и Министерства образования и науки РФ «Об организации деятельности учебных военных центров, факультетов военного обучения и военных кафедр при федеральных государственных образовательных учреждениях высшего профессионального образования»	утверждает, что «одной из основных задач воспитательной работы является формирование и развитие у граждан трудолюбия, добросовестного отношения к учебе и стремления в совершенстве овладеть избранной военно-учетной специальностью» [9].

Нормативно-правовой акт	Содержание
8) Письмо Министерства общего и профессионального образования РФ «О специфике деятельности специальных (коррекционных) образовательных учреждений I - VIII видов»	закрепляет, что «обучение труду осуществляется на начальном этапе учитель класса, группы, группы продленного дня для детей с глубокой умственной отсталостью, а на последующих этапах - учитель трудового обучения» [10].
9) Письмо Министерства образования и науки РФ «О направлении методических рекомендаций»	утверждает, что «образовательные программы, реализуемые в организациях, осуществляющих отдых и оздоровление детей, в соответствии с приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 августа 2013 г. № 1008 должны быть направлены на обеспечение духовно-нравственного, гражданско-патриотического, военно-патриотического, трудового воспитания учащихся» [11].
10) Устав (основной закон) Владимирской области	закрепляет, что «государственная политика в сфере образования, науки и культуры в области основывается на принципах: воспитания гражданственности, нравственности, духовности, трудолюбия, уважения к правам и свободам человека, любви к Родине, родному краю, семье, бережного отношения к окружающей среде» [12].
11) Закон Мурманской области (Устав Мурманской области)	определяет, что «органы государственной власти Мурманской области осуществляют содействие признанию и пропаганде приоритета общечеловеческих и национальных ценностей, здорового образа жизни, свободного развития личности, гуманистического характера образования, а также воспитанию гражданственности, трудолюбия, уважения к правам и свободам человека, любви к Родине, семье» [13].
12) Устав Свердловской области	закрепляет, что «органы государственной власти Свердловской области и иные государственные органы Свердловской области в пределах их полномочий содействуют воспитанию у обучающихся и воспитанников образовательных организаций патриотизма, гражданственности, трудолюбия, уважения к правам и свободам человека и гражданина» [14].

Основными ценностями, при работе обучающимися выступают: творчество и созидание, стремление к познанию и истине, уважение к труду, бережливость, целеустремленность и настойчивость.

Особая роль при этом уделяется совместной педагогической деятельности семьи и школы, которая включает: организацию и проведение сов-

местных праздников, организацию экскурсий на производственные предприятия с привлечением родителей, участие родителей в школьных смотрах и конкурсах и т. д.

Педагогу, который прививает трудовое воспитание детям и подросткам следует помнить, что:

7) Трудолюбие - черта характера личности, заключенная в положительном отношении лица к процессу трудовой деятельности. Проявляется трудолюбие в: добросовестности, инициативности, увлеченности и удовлетворенности самим процессом труда, активности. Процесс воспитания трудолюбия будет успешен только в том случае, когда школьник видит и понимает смысл и результаты своего труда.

8) Трудолюбие должно быть направлено на достижение определенного превосходства (некоторых преимуществ) над другими людьми, чтобы вызывать положительные эмоции от своей реализации.

9) Когда учитель отличающийся непоследовательностью и строгостью отвергает группу детей, то у данных ребят формирование трудолюбия чаще всего тормозится под влиянием операциональных трудностей. Если строгий учитель отвергает из класса отдельных учеников, то формирование трудолюбия тормозится под влиянием личностных трудностей.

10) Содержательная характеристика понятия «трудолюбие» как качества личности учащихся, выражается в устойчивом положительном отношении к труду, формирующемся в процессе деятельности и проявляющемся желании, умении трудиться, стремлении приобретать трудовые умения, проявлять творческую самостоятельность в различных видах трудовой деятельности.

11) Цель, усилия и результаты являются основными признаками любого труда. Связи с этим учение становится трудом только при наличии перечисленных выше признаков.

12) С одной стороны школьников может разлагать пустое время препровождение, формируя в них различные порочные наклонности. С другой стороны бездумная загрузка, которая направлена на недопущение безделья или полное отсутствие умного труда будут одинаково пагубны для умственного развития учащихся.

С 2017 года в школах России будут вводиться методические рекомендации по трудовой деятельности. Министр образования и науки призывает педагогов воспитывать «человека, который будет готов трудиться, получать радость от своего труда» и рекомендует директорам школ начать самостоятельно вводить часы трудового воспитания: «Я считаю, что без трудолюбия, без навыков, которым, прежде всего мы обязаны семье и школе, без навыков трудиться ежечасно, ежесекундно, получать успехи от труда, мы не можем жить» - отметила министр [15].

Таким образом, формирование у школьников готовности к труду происходит в таких видах деятельности как: игра, учение, бытовой и производительный труд, техническое творчество и многих других видах деятельности.

Так как эти виды деятельности не тождественны ни трудовой деятельности, ни учебной деятельности, то мы условно можем объединить их под общим названием учебно-трудовая деятельность.

Благодаря осуществлению разнообразных мероприятий, для учащихся средней школы создаются условия по формированию общественно ценных мотивов деятельности, а сам труд приобретает более высокое значение.

В начальном звене трудолюбие у детей формируется достаточно успешно, но существует риск, что в старших классах произойдет снижение уровня его проявления, что может привести к развитию инфантильности у подрастающего поколения. Для противодействия возможному риску необходимо не только осуществлять трудовое воспитание школьников, но и попытаться приобщить обучающихся к трудовому самовоспитанию.

Мы понимаем, что на становление отдельных компонентов трудолюбия школьника влияют особенности воспитательной системы школы, в которой он обучается. Тем не менее, выпускники средней школы получают не только теоретические, но и практические знания, что позволит им быстрее адаптироваться на месте будущей работы.

Литература

- 1 *Ольга Васильева отметила важность трудового воспитания в школе* // Режим доступа: <http://www.edu.ru/news/education/olga-vasileva-otmetila-vazhnost-trudovogo-vospitan>
- 2 *Министр образования усилит трудовое воспитание в школах* // Режим доступа: <https://republic.ru/posts/72700>
- 3 *Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ (ред. от 30.12.2015 г.) «Об образовании в Российской Федерации». Статья 3.* // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174
- 4 *Приказ Минобрнауки РФ от 7.08.2014 г. № 935 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура (уровень бакалавриата)»* // Режим доступа: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**
- 5 *Приказ Минобороны РФ от 7.04.2015 г. № 185 «Об утверждении порядка и условий приема в образовательные организации высшего образования, находящиеся в ведении министерства обороны Российской Федерации»* // Режим доступа: <http://base.garant.ru/71003986>
- 6 *Постановление Правительства РФ от 21.09.2000 г. № 745 (ред. от 24.12.2014) «Об утверждении Положения о статусе воспитанников воинских частей»* http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28748
- 7 *Приказ Минобрнауки РФ от 16.09.2010 г. № 936 (в ред. Приказа Минобрнауки РФ от 31.05.2011 г. № 1975) «Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 101100*

гостиничное дело (квалификация (степень) «бакалавр»)) // Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/99570>

8 Приказ МВД РФ от 14.01.2005 г. № 22 «Об организации деятельности военного образовательного учреждения высшего профессионального образования внутренних войск Министерства внутренних дел Российской Федерации» // Режим доступа: Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.

9 Приказ Минобороны РФ № 666 и Минобрнауки РФ № 249 от 10.07.2009 года «Об организации деятельности учебных военных центров, факультетов военного обучения и военных кафедр при федеральных государственных образовательных учреждениях высшего профессионального образования» // Режим доступа: <http://base.garant.ru/196238>

10 Письмо Министерства общего и профессионального образования РФ от 4.09.1997 г. № 48 (в ред. Инструктивного письма Минобрнауки России от 26.12.2000 г. № 3) «О специфике деятельности специальных (коррекционных) образовательных учреждений I - VIII видов» // Режим доступа: Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.

11 Письмо Минобрнауки РФ от 1.04.2014 г. № 09-613 «О направлении методических рекомендаций» // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_158134/96c60c11ee5b73882df84a7de3c4fb18f1a01961

12 Устав (основной закон) Владимирской области от 14.08.2001 г. № 285 (в ред. Закона Владимирской области от 06.07.2009 г. № 64-ОЗ), ст. 87 // Режим доступа: http://constitution.garant.ru/region/ustav_vladim/

13 Закон Мурманской области (Устав Мурманской области) от 26.11.1997 г. (в ред. Закона Мурманской области от 19.05.2008 г. № 966-01-ЗМО), ст. 49 // Режим доступа: http://constitution.garant.ru/region/ustav_murmansk/

14 Устав Свердловской области от 23.12.2010 г. № 105-ОЗ (в ред. Закона Свердловской области от 08.04.2013 г. № 31-ОЗ), статья 107 // Режим доступа: <http://zssso.ru/document/494>

15 В 2017 году в школы вернётся трудовое воспитание // Режим доступа: <http://mel.fm/2016/08/30/labour>

История развития геоинформационных систем и их базовые возможности

Панферов В.В., студент

Научный руководитель: **Засидкевич И.В., к.п.н., доцент**
ФГБОУ ВО «Оренбургский ГАУ», Россия

Аннотация. В данной статье рассмотрена геоинформационная система. Проанализированы основные возможности геоинформационных. Выявлена и обоснована необходимость история развития ГИС. На основе статьи мной предлагаю выделить ГИС как функциональную, удобную и гибкую систему, а

также дается определение ГИС, формулируются основные характеристики ГИС, а также описываются базовые возможности ГИС.

Ключевые слова: геоинформационная система(ГИС), интеграция, экологический мониторинг.

Abstract. In this article, we consider the geoinformation system. The main possibilities of geoinformation are analyzed. The history of GIS development has been identified and substantiated. Based on the article, I propose to allocate GIS as a functional, convenient and flexible system, as well as define the GIS, formulate the main characteristics of GIS, and describe the basic capabilities of GIS.

Keywords: geoinformation system(GIS), Integration, environmental monitoring.

Геоинформационная система (ГИС) - это многофункциональная информационная система, предназначенная для сбора, обработки, моделирования и анализа пространственных данных, их отображения и использования при решении расчетных задач, подготовке и принятии решений. Основное назначение ГИС заключается в формировании знаний о Земле, отдельных территориях, местности, а также своевременном доведении необходимых и достаточных пространственных данных до пользователей с целью достижения наибольшей эффективности их работы.

Геоинформационная система - это информационно-справочная система, предназначенная для сбора, хранения, анализа и графической визуализации пространственных данных и связанной с ними информации о представленных в ГИС объектах. В частности, для информационного обеспечения функций управления, которые требуют решения пространственных задач, например:

- маршрутизация транспорта;
- анализ и управление сетями (транспортными, связи, электро-снабжения, водоснабжения и т.д.)
- многофакторная оценка земель;
- экологический мониторинг и т.д.

ГИС дает возможность интегрировать проектные и картографические данные из множества источников или с различных серверов, а также легко и быстро распространять карты и картографическую информацию, формировать информационные объекты карты в зависимости от необходимости, использовать разные слои карты и т.д.

Доступ к картографической информации для конечных пользователей осуществляется по сети Интернет через веб-интерфейс, что делает такой доступ максимально простым и удобным.

Основные возможности геоинформационных систем:

- создание, редактирование и интеграция картографических данных;
- доступ к картографическим данным по сети Интернет;

- изменение семантических и пространственных атрибутов картографических объектов без применения дополнительного программного обеспечения на клиентских местах;
- использование механизма поиска, позволяющего выбирать необходимые объекты по заданным параметрам;
- простая и интуитивно понятная навигация в интерактивных картах;
- интеграция и возможности взаимодействия с внешними информационными системами и базами данных;
- создание условий для объективной и комплексной характеристики структур и процессов, связанных с пространственным отображением.

Разработана с учетом следующих стандартов и руководящих документов:

- на автоматизированные системы и информационные технологии (ГОСТ 34. Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы ГОСТ 2.105-95, РД 50-34.698-90 Методические указания. Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Автоматизированные системы. Требования к содержанию документов, ГОСТ 2.106-96 и ГОСТ 2.601-95);
- на географические информационные системы (ГОСТ Р 52155-2003 "Географические информационные системы федеральные, региональные, муниципальные. Общие технические требования");
- на геоинформационное картографирование (Государственные стандарты серии "Геоинформационное картографирование").

История развития ГИС

В современной литературе по геоинформационным технологиям авторы выделяют три основных периода развития программно-аппаратных средств ГИС: **пионерный, государственных инициатив и пользовательский (коммерческий).**

Пионерный период: конец 50-х – начало 70-х годов прошлого столетия. В этот период в сфере информационных технологий выполняются работы по изучению новых возможностей картографии с использованием электронной вычислительной техники. Данный период характеризуется развитием картографии в связи с бурным развитием компьютерных технологий: создание и использование электронных вычислительных машин в 50-х годах, принтеров, крупных графических дисплеев, анализаторов поверхности и других периферийных устройств.

Важные значения имели научные и теоретические работы в области географии и картографии по оценке пространственных взаимосвязей между геообъектами, а также изучение количественных методов в географии в странах - США, Канаде, Англии, Швеции (работы У. Гаррисона (WilliamGarrison), Т. Хагерстранда (Torsten Hagerstrand), Г. Маккарти (Harold McCarty), Я. Макхарга (IanMcHarg)).

Прорывом в области создания геоинформационных систем и началом развития геоинформатики является разработка и создание Географической

Информационной Системы Канады (Canada Geographic Information System, CGIS). История которой начинается с 60 годов прошлого века и по сей день эта крупномасштабная геоинформационная система развивается и поддерживается. Ведущим разработчиком ГИС Канады, или как называют его на родине «Отцом» ГИС считается Роджер Томлинсон (Roger Tomlinson), идеи и концептуальные и технологические разработки которого были успешно реализованы в ГИС.

Период государственных инициатив: характерен для периода с 70-х годов по начало 80-х годов. Данный период характеризуется созданием и развитием крупных геоинформационных проектов под покровительством государства, что соответствует названию периода.

Увеличивается количество государственных институтов в области геоинформационных технологий, при снижении роли и заслуг отдельных исследователей и небольших групп.

В США, в научных кругах того времени, активно обсуждались вопросы применения ГИС при обработке и представления данных Национальных переписей населения (U.S. Census Data)

Была поставлена задача перед специалистами о разработки методики, позволяющей вести географическую «привязку» данных переписи. Главной концептуальной проблемой была задача перевода адресов проживания граждан указанных в их анкетах, в географические координаты, для последующего формирования электронной карты страны с учетом данных переписи населения

В связи с этим перед Национальным бюро переписи США (U.S.CensusBureau) ставился вопрос о разработке совершенно нового подхода к переписи населения, с учетом географического проживания граждан страны.

Результатом работы является перепись населения США в 1970 г, которая была проведена с учетом применения геоинформационной системы.

Для этого специалисты разработали специальный формат представления картографических данных DIME (DualIndependent Map Encoding), который включил прямоугольные координаты перекрестков, разбивающих улицы на отдельные области картографических полей. Алгоритмы обработки и представления картографических данных были взяты с ГИС Канады и Гарвардской лаборатории и представлены в виде программного продукта POLYVRT, позволяющий провести перевод (конвертирование) адресов граждан в координаты, представленным графическим сегментом улицы.

Разработка и апробация результатов при государственной поддержке и обновление DIME-файлов позволило увеличить рост исследовательских работ в области использования ГИС, которые основывалась на базах данных уличных сетей.

По мимо применения ГИС в землепользовании и переписи населения исследуются вопросы работы систем навигации с картографической под-

держкой при управлении городском транспортом и в других целях, где необходима точная привязка объекта к картографическим данным.

Использование ГИС при переписи населения в США позволили создать атласы нескольких крупных городов США и упрощенных электронных карт для торговых и транспортных компаний.

Пользовательский (коммерческий) период: Начиная с 1981 года и по настоящее время.

Для этого периода характерно массовая коммерческая эксплуатация программных продуктов и приложений ГИС.

Использование ГИС и баз данных с учетом применения сетевых технологий, систем навигации позволило выпустить на пользовательский рынок большое количество программных продуктов ГИС поддерживающих индивидуальную работу с картографическими данными на ПЭВМ и при применении в государственных и коммерческих организациях. Бурное развитие средств вычисления и персональных ЭВМ сделало доступными программные и аппаратные средства, сетевые информационные ресурсы широкому кругу специалистов-прикладников.

Ярким примером, является разработка программного продукта ГИС ARC/INFO исследовательского института экологических систем (Environmental Systems Research Institute, ESRI Inc).

В программе ARC/INFO были применены правила отдельного представления геометрической (картографической) и атрибутивной информации, при этом хранение и работа с атрибутивной информацией осуществлялась в виде таблиц (INFO), а для хранения и работы с графическими объектами в виде дуг (ARC).

Разработчикам ARC/INFO удалось создать первый программный продукт с ГИС который эффективно применяется на ПЭВМ и доступен для разных технических платформ и операционных систем.

Еще одним примером отличной коммерческой реализации в области производства аппаратно-программных средств для ГИС стал и до сих пор является Intergraph Corp. Успехи фирмы в области применения ГИС были связаны были связаны с реализацией в интересах вооруженных сил США систем управления ракетами в реальном времени. Заслугой фирмы Intergraph Corp. является также создание системы интерактивного картографирования для управления территориями.

В настоящее время период пользовательского (коммерческого) развития ГИС очень активно продолжается. Общемировой объем продаж в области ГИС оценивается более 9 млрд долларов США в год. ГИС-технологии являются незаменимыми инструментами проводимых исследований в области в различных областях деятельности человека.

За уникальную способность ГИС работать с данными о географической поверхности даже стали использоваться при изучении космического пространства.

Таким образом, ГИС представляет собой высоко функциональную, удобную и гибкую систему, осуществляющую ввод, интеграцию, анализ и распространение картографических данных.

Литература

- 1) Капралов Е.Г., Кошарев А.В., Тикунов В.С. и др. Основы геоинформатики. Уч.пособие. -М.:Изд.центр «Академия», 2004-480с
- 2) Самардак А.С. Геоинформационные системы: Учебное пособие. — Владивосток: ТИДОТ ДВГУ, 2005.
- 3) Крючков А.Н., Самодумкин С.А., Степанова М.Д., Гулякина Н.А. Под науч. ред. В.В. Голенкова Интеллектуальные технологии в геоинформационных системах: Учеб. пособие, с изм. — Мн.: БГУИР, 2006
- 4) Журкин И. Г., Шайтура С. В. Геоинформационные системы. — М., «КУДИЦ-ПРЕСС», 2009.
- 5) Иконников В.Ф., Седун А.М., Токаревская Н.Г. Геоинформационные системы. — Мн.: БГЭУ (в печати).
- 6) Баранов Ю.Б., Берлянт А.М., Капралов Е.Г. и др. Геоинформатика. Толковый словарь основных терминов. — М.: ГИС-Ассоциация, 1999. – 204 с.

Цели и задачи межкультурной деловой коммуникации в современных условиях

*В.Г. Докучаева, студент
ФКПОУ «ОГЭКИ» Минтруда России, Россия*

Научный руководитель – О.Н. Сафонова, доцент

Аннотация. Статья посвящена изучению проблем межкультурной деловой коммуникации в современных условиях. Выявлены цели, задачи и условия эффективности процесса делового общения. Нами рассмотрены различные подходы исследователей к разработке понятий «коммуникация», «деловая коммуникация» и «межкультурная коммуникация». На основе проведенного анализа определены параметры формирования коммуникативной компетенции работников транснациональной компании, обеспечивающей эффективное деловое взаимодействие.

Ключевые слова: коммуникация, межкультурная коммуникация, деловая коммуникация, коммуникативная компетентность, социокультурная компетентность.

Abstract. The article is devoted to studying the problems of intercultural business communication in the modern world. The goals, objectives and conditions of business communication effectiveness were identified. Various approaches to the development of "communication", "business communication" and "intercultural-

al communication" concepts were considered. As a result, relevant parameters for the formation of employees' communicative competence were recommended to provide effective business interaction in a multinational company.

Keywords: communication, intercultural communication, business communication, communicative competence, sociocultural competence.

В современном мире наблюдается общая тенденция к интеграции всех направлений деятельности человечества - экономических, политических и социальных, это получило название - глобализация. Глобализация представляет собой процесс движения к мировому экономическому, финансовому, информационному и гуманитарному пространству, обусловливающему преодоление государственных барьеров на пути движения информации, капиталов, товаров, услуг и возрастание роли наднациональных институтов регулирования экономики [2]. При этом создаются различные международные организации.

Проведенный нами анализ показывает, что у исследователей нет единого подхода к пониманию вновь зародившихся международных хозяйственных объединений. В экономике принято употреблять такие термины, как «многонациональные фирмы» (multinational firms - MNF) и «многонациональные корпорации» (multinational corporations - MNC). И все большую актуальность приобретает вопрос об интеркультурном общении и межкультурной коммуникации специалистов.

Поэтому в современных социально-экономических условиях от начинающих специалистов требуется умение находить партнеров, сотрудничать с ними, контактировать с представителями различных культур, то есть активно общаться. Для этого, помимо профессиональных навыков, нужно обладать навыками делового общения, то есть вступать в коммуникацию и обладать умением удерживать ее.

Разберем понятие «коммуникации», «деловой коммуникации» и «межкультурной деловой коммуникации».

Коммуникация, с точки зрения юридической психологии, это смысловой аспект социального взаимодействия.

Рассматривая коммуникацию с психологической точки зрения можно сказать, что это процесс передачи информации от отправителя к получателю. Цель отправителя состоит в оказании на получателя того или иного воздействия при передаче определенного сообщения.

Однако, стоит помнить о том, что не всякое сообщение есть информация. Для того чтобы стать таковой, сообщение должно быть получено, понято, принято, т.е. должно пройти синтаксический, семантический и прагматический фильтры (рис.1)

Рис.1

Деловая коммуникация всегда имеет целевую направленность и представляет собой процесс взаимодействия деловых партнеров, ориентированный на организацию и оптимизацию определенного типа деятельности. Это процесс, при котором для обмена информацией и опытом, достижения определенного результата совместной деятельности необходимо решение конкретной проблемы или реализация определенной цели.

Под межкультурной деловой коммуникацией понимается адекватное восприятие конкретной деловой ситуации обоими участниками коммуникативного акта, принадлежащими к разным национальным культурам. Различия между этими культурами приводят к проблемам в общении. Эти проблемы связаны с разницей в ожиданиях, предубеждениях, свойственных каждому человеку.

При организации процесса межкультурной коммуникации, работники транснациональных компаний вступают во взаимодействие с представителями других культур. Как оказывается, они существенно отличаются друг от друга, что проявляется в языковых отличиях и правилах общественного поведения. Такие барьеры называют интеркультурными или кросскультурными барьерами. Интеркультурные барьеры делают эти контакты трудными, а порой и невозможными. Основные причины таких неудач в различиях мировоззрений, то есть в ином отношении к миру и к другим людям. Это называется - этноцентризм, который не только мешает межкультурной коммуникации, но сам по себе его трудно распознать, поскольку это бессознательный процесс. Приходим к выводу: эффективная межкультурная коммуникация не может возникнуть сама по себе - необходимо понимание сути ее процессов, ее основ, аспектов и понятий и формирование такой способности специалистов как коммуникативная компетентность и социокультурная компетентность.

Коммуникативная компетентность, с точки зрения психологии менеджмента, есть некое обобщающее коммуникативное свойство личности, включающее развитые коммуникативные способности и сформированные

умения и навыки межличностного общения, знания об основных его закономерностях и правилах.

Социокультурная компетентность – это не только языковые знания, но и понимание культурных особенностей и этнопсихолингвистических характеристик партнера по общению, адекватно используемые в ситуациях межкультурной деловой коммуникации.

Перейдем к рассмотрению задач, особенностей и условий межкультурной деловой коммуникации.

Основными задачами делового общения в широком смысле может быть продуктивное сотрудничество, стремление к цели, сближение, улучшение партнерских отношений.

Деловая коммуникация предполагает реализацию следующих условий:

- 1) у общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица;
- 2) контакт участников друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий;
- 3) соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений;
- 4) взаимозависимость всех участников деловой коммуникации в достижении конечного результата;
- 5) коммуникативный контроль участников взаимодействия, в том числе высокий (игра, манипулирование, камуфляж).

Важнейшей особенностью деловой коммуникации является умение строить отношения с разными людьми, добиваясь максимальной эффективности деловых контактов. Спецификой этого процесса является момент подчинения установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, принятыми на данной территории, профессиональными этическими принципами, принятыми в данном профессиональном круге лиц. Это принято называть культурой делового общения или бизнес - культурой.

В современных условиях глобальной экономики высокий уровень умения общаться в деловом мире предполагает:

- 1) высокую коммуникативную культуру, то есть искусство говорить (в том числе публично) и слушать;
- 2) умение объективно воспринимать и правильно понимать партнера;
- 3) умение строить отношения с любым партнером, добиваться эффективного взаимодействия на основе обоюдных интересов;
- 4) владение международным языком делового общения – английским языком.

В связи с этими условиями процесса глобализации в мире наблюдается все возрастающий интерес к изучению особенностей национальных деловых культур. В большинстве стран, имеющих богатый опыт делового общения, существует ряд строгих правил делового этикета, несоблюдение которых может навредить имиджу делового человека. В условиях рыночной экономи-

ки в России в настоящее время деловая среда вынуждена обращаться к зарубежному опыту делового общения, чтобы выглядеть на мировом рынке адекватно существующим международным стандартам. Согласно им ценный работник – это профессионал высочайшего класса, владеющий искусством деловой коммуникации в полной мере. Успешному человеку также важно знать национальные особенности культуры поведения страны делового партнера и его индивидуальные особенности (интересы, хобби, слабости, сильные стороны, социальное происхождение) [1].

Как отмечают исследователи, в каждой отдельной культуре деловой дискурс имеет свою лексико-грамматическую специфику. Во многом это обусловлено национальной спецификой [3].

Таким образом, приходим к выводу, что существует огромное количество межкультурных различий, которые должны учитываться при планировании, установлении и ведении процесса деловой коммуникации с представителями других стран. Только при выполнении всех этих условий можно говорить об эффективности межкультурной деловой коммуникации в условиях глобального мультикультурного экономического пространства.

Литература

1. Моисеева И.Ю., Сафонова О.Н., Авинова П.С. Прагматический аспект успешного речевого акта «самопрезентации» (на примере ситуации хвастовства). *Современные проблемы науки и образования*. 2015. № 1-1. С. <http://elibrary.ru/item.asp?id=253249594>.
2. Сафонова В.В. Культурно-языковая экспансия и её проявление в языковой политике и образовании. 2013. — №3 — С. 27].
3. http://studme.org/64331/menedzhment/delovaya_kommunikatsiya_ponyatie_suschnost_vidy_formy.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**IX Международная студенческая научно-практическая конференция,
посвященная 110-летию РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Оренбург, февраль, 2017 г.)**

Сборник научных трудов

Электронное издание сетевого распространения

Доступ ко сборнику – постоянный, свободный и бесплатный.
Сборник содержится в едином файле PDF.

<http://nkras.ru/books/arhiv/2017/stud.pdf>

Максимальный объем: 11 МБ.

Издательство «Научно-инновационный центр»
660127, г. Красноярск, ул. 9 Мая, 5, 192
Тел. (923) 358-10-20

Дата издания: 09.06.2017.