ISSN 2411-7609

DOI: 10.17117/na.2016.03.01

<https://ukonf.com/doc/na.2016.03.01.pdf>

Научный альманах

2016 · N 3-1(17)

Science almanac

ISSN 2411-7609

9 772411 760903

<https://ukonf.com/na>

Научный альманах

2016 · N 3-1(17)

Выходит 12 раз в год

Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл № ФС 77-56326 от 02.12.2013 г. выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Учредитель и издатель:

ООО «Консалтинговая компания Юком»

Главный редактор: Уляхин Т.М.

Адрес редакции: Россия, 392000, г. Тамбов, а/я 44

URL: <https://ukonf.com/na>

E-mail: na@ukonf.com

Информация об опубликованных статьях предоставляется в РИНЦ (договор № 255-04/2015)

Science almanac

2016 · N 3-1(17)

Issued 12 times a year

Registration Certificate of mass media EL № FS 77-56326 from 12/02/2013 given by Federal service of supervision in the scope of communication, information technologies and mass media (Roskomnadzor)

Founder and Publisher: Consulting company Ukom

Editor in Chief: Ulyahin T.M.

Address of Publisher:

Russia, 392000, Tambov, PO box 44

URL: <https://ukonf.com/na>

E-mail: na@ukonf.com

The information about published articles is given to the RISQ system (contract № 255-04/2015)

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. Материалы публикуются в авторской редакции. За содержание и достоверность статей ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна. Издание основано в 2013 году. 21,81 усл. печ. л. 349 с.

По материалам международной научно-практической конференции «Наука и образование в жизни современного общества», Россия, г. Тамбов, 31 марта 2016 г.

Редакционная коллегия

Аксенова Светлана Владимировна

Доктор медицинских наук, профессор

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва
г. Саранск, ул. Ульянова, 26 А

Ахметов Марат Анварович

Доктор педагогических наук, профессор

Ульяновский государственный педагогический университет
им. И.Н. Ульянова

Ульяновск, площадь 100-летия со дня рождения В.И. Ленина, 4

Баширов Вадим Дипрович

Доктор сельскохозяйственных наук, профессор

Оренбургский государственный университет
г. Оренбург, пр. Победы, 13

Гасанова Узлипат Усмановна

Доктор филологических наук, профессор

Дагестанский государственный университет
г. Махачкала, ул. М. Гаджиева, 43 А

Гнездова Юлия Владимировна

Доктор экономических наук, профессор

Смоленский государственный университет
г. Смоленск, ул. Пржевальского, 4

Гоциридзе Рауль Симонович

Доктор химических наук, директор

Батумский государственный университет им. Шота Руставели
Грузия, г. Батуми, ул. Гришашвили 5

Доника Алена Дмитриевна

Доктор социологических наук, профессор

Волгоградский государственный медицинский университет
г. Волгоград, пл. Павших борцов, 1

Editorial board

Aksenova Svetlana Vladimirovna

Candidate of Medical Sciences, Professor

Mordovia State University named N.P. Ogarev
Saransk, Ulyanov st., 26 A

Ahmetov Marat Anvarovich

Doctor of Pedagogic Sciences, Professor

Ulyanovsk State Pedagogical University
Ulyanovsk, 100th anniversary of the birth of V.I. Lenin sq., 4

Bashirov Vadim Diprovich

Doctor of Agricultural Sciences, Professor

Orenburg State University
Orenburg, Pobedy ave., 13

Gasanova Uzlipat Usmanovna

Doctor of Philological Sciences, Professor

Dagestan State University
Mahachkala, M. Gadzhiev st., 43 A

Gnezdova Yulya Vladimirovna

Doctor of Economic Sciences, Professor

Smolensk State University
Smolensk, Przhevalsky st., 4

Gotsiridze Raul Simonovich

Doctor of Chemical Sciences, Director

Batumi State University named Shota Rustaveli
Georgia, Batumi, Grishashvili st., 5

Donika Alena Dimitrievna

Doctor of Sociological Sciences, Professor

Volgograd State Medical University
Volgograd, Pavshikh Bortsov sq., 1

Редакционная коллегия

Дыбина Ольга Витальевна

Доктор педагогических наук, профессор, зав. кафедрой
Тольяттинский государственный университет
г. Тольятти, ул. Белорусская, 14

Егорова Галина Ивановна

Доктор педагогических наук, профессор, зав. кафедрой
Тюменский государственный нефтегазовый университет
(филиал)
г. Тобольск, Зона Вузов, 9

Жуков Борис Михайлович

Доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой
Южный институт менеджмента
г. Краснодар, ул. Ставропольская, 216

Зайнуллина Лилия Маратовна

Доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой
Башкирский государственный университет
г. Уфа, ул. К. Маркса, 3/4

Залозная Галина Михайловна

Доктор педагогических наук, профессор, декан
Оренбургский государственный аграрный университет
г. Оренбург, ул. Челюскинцев, 18

Калинина Ирина Николаевна

Доктор биологических наук, профессор
Сибирский государственный университет физической культуры
и спорта
г. Омск, ул. Масленникова, 144

Кесаева Рита Эльбрусовна

Доктор социологических наук, профессор, декан
Северо-Осетинский государственный университет
им. К.Л. Хетагурова
г. Владикавказ, ул. Ватутина, 46

Кильберг-Шахзадова Надежда Васильевна

Доктор философских наук, профессор
Кабардино-Балкарский государственный университет
им. Х.М. Бербекова
г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173

Кобелева Татьяна Алексеевна

Доктор фармацевтических наук, профессор, зав. кафедрой
Тюменский государственный медицинский университет
г. Тюмень, ул. Одесская, 61

Кожин Владимир Александрович

Доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой
Нижегородский институт менеджмента и бизнеса
г. Нижний Новгород, ул. Горная, 13

Коротков Владислав Георгиевич

Доктор технических наук, профессор, декан
Оренбургский государственный университет
г. Оренбург, пр. Победы, 13

Лобанов Александр Павлович

Доктор психологических наук, профессор, проректор
Белорусский государственный педагогический университет
им. Максима Танка
Белоруссия, г. Минск, ул. Советская, 18

Марченко Марина Николаевна

Доктор педагогических наук, профессор, зав. кафедрой
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

Матиевская Наталья Васильевна

Доктор медицинских наук
Гродненский государственный медицинский университет
Белоруссия, г. Гродно, ул. Горького, 80

Editorial board

Dybina Olga Vitalievna

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, head of Department
Togliatti State University
Togliatti, Belorusskaya st, 14

Egorova Galina Ivanovna

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, head of Department
Tyumen State Oil and Gas University (branch)
Tobolsk, Zona Vuzov, 9

Zhukov Boris Mihaylovich

Doctor of Economic Sciences, Professor, head of Department
Southern Institute of Management
Krasnodar, Stavropolskaya st., 216

Zaynullina Liliya Maratovna

Doctor of Philological Sciences, Professor, head of Department
Bashkir State University
Ufa, K. Marks st., 3/4

Zaloznaya Galina Mihaelovna

Doctor of Pedagogic Sciences, Professor, Dean
Orenburg State Agrarian University
Orenburg, Chelyuskincev st., 18

Kalinina Irina Nikolaevna

Doctor of Biological Sciences, Professor
Siberian Academy of Physical Culture
Omsk, Maslennikova st., 144

Kesaeva Rita Elbrusovna

Doctor of Sociological Sciences, Professor, Dean
North Ossetian State University
Vladikavkaz, Vatutina st., 46

Kilberg-Shahzadova Nadejda Vasilyevna

Doctor of Philosophical Sciences, Professor
Kabardino-Balkarian State University
named after H.M. Berbekov
Nalchik, Chernyshevsky st., 173

Kobeleva Tatyana Alekseevna

Doctor of Pharmaceutical Sciences, Professor, head of
Department
Tyumen State Medical Academy
Tyumen, Odessa st., 54

Kozhin Vladimir Aleksandrovich

Doctor of Economics Science, Professor, head of Department
Nizhny Novgorod Institute of Management and Business
Nizhny Novgorod, Mountain st., 13

Korotkov Vladislav Georgievich

Doctor of Engineering Sciences, Professor, Dean
Orenburg State University
Orenburg, Pobedy ave., 13

Lobanov Aleksandr Pavlovich

Doctor of Psychological Sciences, Professor, Vice-Rector
Belarusian State Pedagogical University named Maxim Tank
Belarus, Minsk, Sovetskaya st., 18

Marchenko Marina Nikolaevna

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, head of Department
Kuban State University
Krasnodar, Stavropolskaya st., 149

Matievskaya Natalya Vasilevna

Doctor of Medical Sciences
Grodno State Medical University
Belarus, Grodno, Gorky st., 80

Редакционная коллегия

Мегрелишвили Зураб Неврович

Доктор технических наук, профессор,
руководитель департамента
Батумский государственный университет им. Ш. Руставели
Грузия, Батуми, ул. Пиромани, 12

Мейманов Бактыбек Каттоевич

Доктор экономических наук, профессор
Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова
Кыргызстан, г. Бишкек, ул. Тоголок Молдо, 58

Ниценко Виталий Сергеевич

Доктор экономических наук
Одесский национальный университет им. И.И. Мечникова
Украина, г. Одесса, ул. Дворянская, 2

Новиков Юрий Олегович

Доктор медицинских наук, профессор
Башкирский государственный медицинский университет
г. Уфа, ул. Ленина, 3

Оболенский Николай Васильевич

Доктор технических наук, профессор, зам. директора
Нижегородский государственный инженерно-экономический
университет
г. Нижний Новгород, ул. Ильинская, 65

Пирожков Геннадий Петрович

Доктор культурологии, профессор
Тамбовский государственный технический университет
г. Тамбов, ул. Советская, 106

Попова Ангелина Алексеевна

Доктор химических наук, зав. кафедрой
Майкопский государственный технологический университет
г. Майкоп, ул. Первомайская, 191

Прохоров Владимир Тимофеевич

Доктор технических наук, профессор, зав. кафедрой
Институт сферы обслуживания и предпринимательства
(филиал) ДГТУ
г. Шахты, ул. Шевченко, 147

Рябцев Александр Львович

Доктор исторических наук, зав. кафедрой
Черноморское Высшее военно-морское ордена Красной Звезды
училище имени П.С. Нахимова
г. Севастополь, ул. Павла Дыбенко, 1

Рябцева Елена Евгеньевна

Доктор политических наук, профессор
Севастопольский экономико-гуманитарный институт
(филиал) Крымский федеральный университет
им. В.И. Вернадского
г. Севастополь, ул. Лизы Чайкиной, 80

Сазонова Виктория Владимировна

Доктор ветеринарных наук, профессор
Орловский государственный аграрный университет
г. Орел, ул. Генерала Родина, 69

Скрипачева Ирина Александровна

Доктор культурологии, профессор
Тольяттинский государственный университет
г. Тольятти, ул. Белорусская, 14

Сопов Александр Валентинович

Доктор исторических наук, профессор
Майкопский государственный технологический университет
г. Майкоп, ул. Первомайская, 191

Тамбовцева Ритта Викторовна

Доктор биологических наук, профессор, зав. кафедрой
Российский государственный университет физической
культуры, спорта, молодёжи и туризма (ГЦОЛИФК)
г. Москва, Сиреневый бул., 4

Editorial board

Megrelishvili Zurab Nevrovich

Doctor of Technical Science, Professor, head of Department
Batumi State University named Sh. Rustaveli
Georgia, Batumi, Pirosmeni st., 12

Meymanov Baktybek Kattoevich

Doctor of Economic Sciences, Professor
Kyrgyz Economic University named M. Ryskulbekov
Kyrgyzstan, Bishkek, Togolok Moldo st., 58

Niceneno Vitaliy Sergeevich

Doctor of Economics Science
Odessa I.I. Mechnikov National University
Ukraine, Odessa, Dvoryanskaya str., 2

Novikov Yuriy Olegovich

Doctor of Medical Sciences, Professor
Bashkir State Medical University
Ufa, Lenin st., 3

Obolenskiy Nikolai Vasilyevich

Doctor of Engineering Sciences, Professor, deputy Director
Nizhny Novgorod State University of Architecture and
Civil Engineering
Nizhny Novgorod, Ilinskaya st., 65

Pirozhkov Gennadiy Petrovich

Doctor of Culturology, Professor
Tambov State Technical University
Tambov, Sovetskaya st., 106

Popova Angelina Alekseevna

Doctor of Chemical Sciences, head of Department
Maykop State Technological University
Maykop, Pervomayskaya st., 191

Prokhorov Vladimir Timofeevich

Doctor of Technical Sciences, Professor, head of Department
Institute of the Service Sector and Entrepreneurship (branch)
DSTU
Shakhty, Shevchenko st., 147

Ryabcev Aleksandr Lvovich

Doctor of Historical Sciences, head of Department
Nakhimov Naval Academy (Sevastopol)
Sevastopol, Pavla Dybenko st., 1

Ryabceva Elena Evgenyevna

Doctor of Political Sciences, Professor
Sevastopol economic-humanitarian Institute (branch)
Crimean Federal University. V.I. Vernadsky
Sevastopol, Lisa Chaikina st., 80

Sazonova Victoriya Vladimirovna

Doctor of Veterinary Sciences, Professor
Orel State Agrarian University
Orel, General Rodin st., 69

Skrpacheva Irina Aleksandrovna

Doctor of Culturology, Professor
Togliatti State University
Togliatti, Belorusskaya st., 14

Sopov Alexander Valentinovich

Doctor of Historical Sciences, Professor
Maykop State Technological University
Maykop, Pervomayskaya st., 191

Tambovtseva Ritta Viktorovna

Doctor of Biological Sciences, Professor, head of Department
Russian State University of Physical Education, Sport,
Youth and Tourism (RSUPESY&T)
Moscow, Lilac blvd., 4

Редакционная коллегия

Теренина Ирина Владимировна

Доктор экономических наук, профессор
Ростовский государственный строительный университет
г. Ростов-на-Дону, ул. Социалистическая, 162

Ферару Галина Сергеевна

Доктор экономических наук, профессор
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
г. Белгород, ул. Победы, 85

Хажметов Лиуан Мухажевич

Доктор технических наук, профессор
Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет
им. В.М. Кокова
г. Нальчик, пр. Ленина, 1 В

Халиков Абдулхак Абдулхайрович

Доктор технических наук, профессор, зав. кафедрой
Ташкентский институт инженеров железнодорожного
транспорта
Узбекистан, г. Ташкент, ул. Адылходжаева, 1

Храмченко Дмитрий Сергеевич

Доктор филологических наук
Тульский государственный педагогический университет
им. Л.Н. Толстого
г. Тула, пр. Ленина, 125

Черкашина Татьяна Тихоновна

Доктор педагогических наук, зав. кафедрой
Государственный университет управления
г. Москва, Рязанский пр., 99

Шекихачев Юрий Ахметханович

Доктор технических наук, профессор, декан
Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет
им. В.М. Кокова
г. Нальчик, пр. Ленина, 1 В

Шефер Ольга Робертовна

Доктор педагогических наук, профессор
Челябинский государственный педагогический университет
г. Челябинск, пр. Ленина, 69

Шулаев Алексей Владимирович

Доктор медицинских наук, профессор, проректор
Казанский государственный медицинский университет
г. Казань, ул. Бутлерова, 49

Editorial board

Terenina Irina Vladimirovna

Doctor of Economic Sciences, Professor
State University of Civil Engineering
Rostov-on-Don, Socialisticheskaya st., 162

Feraru Galina Sergeevna

Doctor of Economic Sciences, Professor
Belgorod National Research University
Belgorod, Pobedy st., 85

Hazhmetov Liuyan Muhazhevich

Doctor of Engineering Sciences, Professor
Kabardino-Balkar State Agricultural University named
after V.M. Kokov
Nalchik, Lenina ave., 1

Halikov Abdulhak Abdulhairovich

Doctor of Technical Sciences, Professor, head of Department
Tashkent Institute of Railway Transport Engineers
Uzbekistan, Tashkent, Adylhodzhaeva st., 1

Hramchenko Dmitriy Sergeevich

Doctor of Philological Sciences
Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University
Tula, Lenin ave., 125

Cherkashina Tatyana Tihonovna

Doctor of Pedagogical Sciences, head of Department
State University of Management
Moscow, Ryazanskiy ave., 99

Shekichev Yuriy Ahmethanovich

Doctor of Engineering Sciences, Professor, Dean
Kabardino-Balkar State Agricultural University named
after V.M. Kokov
Nalchik, Lenina ave., 1 V

Shefer Olga Robertovna

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor
Chelyabinsk State Pedagogical University
Chelyabinsk, Lenin ave., 69

Shulaev Aleksey Vladimirovich

Doctor of Medical Sciences, Professor, vice Rector
Kazan State Medical University
Kazan, Butlerova st., 49

Содержание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	15
Абалтусова А.А. Анализ современного положения, проблем и перспектив развития российского рынка ОСАГО.....	15
Аглицкий И.С. Инновационные методы математической подготовки экономистов и менеджеров в учреждениях высшего профессионального образования	20
Адильша Д.Р. Некоторые аспекты создания и продвижения персонального бренда.....	23
Андреянов В.Н. Актуальные вопросы современного менеджмента	26
Артамонов В.Д. Роль принятия управленческих решений в условиях современной экономики.....	30
Архипова В.А. Развитие сельской социальной инфраструктуры в Чувашской Республике	35
Архипова В.А., Ефремов Н.А. Зарубежный опыт развития органического сельского хозяйства.....	39
Баранов А.Н., Передунова С.В. Исследование комплексных резервов наращивания прибыли предприятия	43
Баранов С.А., Казанцева Т.А., Тарасова И.А. Стратегическое планирование деятельности организаций. Применение теории игр для моделирования принятия решений	46
Баштыгова М.Т., Кокова Б.Х. Факторы, влияющие на динамику российских еврооблигаций на примере ОАО «Роснефть»	54
Беляева М.А., Агафонова Ю.О., Барычева П.П., Бакеев Д.А. Моделирование производственных и технико-экономических затрат линии по переработке мяса	62
Бусоян С.С. Диссонанс предпосылок и последствий мегарегулирования на финансовых рынках.....	67
Воробьев С.В., Максименко В.А., Дмитриев И.В. Вопросы учета основных средств	70
Горбанев С.В. Сущность конкурентоспособности персонала предприятия.....	78
Гуничева И.А. ERP и WMS: выбор продукта для информационного управления складом.....	82
Гусев Е.Г. Когнитивные модели как инструмент разработки предпринимательской среды в туризме региона	85
Данильчик Т.Л. Мотивация как инструмент повышения эффективности	89

Долгих А.В. Нефтегазовый комплекс России: современное состояние и проблемы	93
Дружинина Н.Н. Организация внутреннего контроля в хозяйствующих субъектах	97
Дрямина Ю.Ю., Гетц О.А., Давлетгареев Н.Р. Роль маркетинга в антикризисном управлении	101
Дягель О.Ю., Лисовец Ю.Е. Обоснование концептуальных основ формирования методического обеспечения анализа эффективности деятельности региональных Дирекций социальной сферы – структурных подразделений ОАО «РЖД»	104
Жданович А.Т., Кузнецова Е.Ю. Сущность и роль возвратной логистики для современных предприятий	108
Жохова М.В., Шарафутдинова Р.Р., Хачин С.В. Формирование и развитие системы мотивации труда	113
Зайнутдинов Д.И. Рекламная деятельность информационного агентства	116
Зайцева Е.В. О некоторых подходах к исследованию понятия и содержания категории «малое предпринимательство»	120
Запорожцева Л.А., Шкварук М.А. Обеспечение стратегической экономической безопасности как основа развития предприятия	126
Зинатуллина Ю.М. Роль государства в развитии предпринимательства в условиях финансово-экономического кризиса	129
Зотова М.В. Информационный технологии в гостиничном сервисе	132
Зубаирова Э.Р. Влияние корпоративной культуры на эффективный менеджмент в организации	135
Идрисов А-Х.А., Идрисов Х.М. Реформа банковской системы для обеспечения экономической стабильности страны	138
Калинина К.Д. Инновации для объектов недвижимости: понятие, компоненты (социальная и экологическая)	141
Калинникова М.А., Давлетгареева Т.Б. Моделирование модернизации производства	145
Караджаева К.Б. Инновации в управлении	148
Касаткина А.А. Дистанционное образование как фактор построения инновационно-активной экономики	152
Кикбаева М.А. Формализация задачи ресурсной оптимизации с нечеткими параметрами	158
Кинзякаев А.Ф., Сыровой Д.В. К вопросу эффективности сделок по слиянию и поглощению в телекоммуникационной сфере	162

Кириенко И.А., Киселева В.Е., Никитина Ю.А. Характеристика позиционирования как стратегии развития организации	166
Климосенко В.Ю. Некоторые аспекты интеграции отечественных компаний в международную транспортную среду	170
Кошев Н.С. Некоторые аспекты электронной торговли товарами за рубежом	175
Красильникова А.Д. Способы привлечения иностранных инвестиций в Пермский край	181
Красильникова А.Д. Иностранные инвестиции в РФ в условиях санкций	184
Красильникова Е.Э. Роль политики импортозамещения в стабилизации экономики на современном этапе России	187
Кяжин М.С. Опыт антиинфляционного регулирования за рубежом	191
Литвиненко А.И., Михайловский А.А. Аудит и финансовое планирование на предприятии атомной энергетики	197
Маркова Г.И. Аудиторская проверка деятельности индивидуального предпринимателя	200
Маслénкова М.В. Использование концепций РИТ-ТТС при моделировании вероятности дефолта корпоративных заемщиков	203
Маськова Н.Г. Стратегические приоритеты инновационного развития Южного Федерального округа	208
Мордовченков Н.В., Кузьмичев С.В., Чернонебова К.Ю. Развитие регионального маркетинга и перспективы его совершенствования	212
Мухаметзянова Л.Р. Оценка ошибочной или пропущенной информации в МСФО	217
Мухаметзянова Л.Р. Отдельные вопросы учета и контроля расходов, связанных со служебной командировкой	220
Назаров В.В. Сущность и основные подходы к определению понятия «конкурентоспособность»	223
Нашев А.М. Особенности национализации в отраслях нефтегазового комплекса	227
Новожилова И.С. История становления и развития института страхования в России	231
Нуриева Р.И., Закирова Ф.Н. Основные подходы к совершенствованию отчета о движении денежных средств в соответствии с МСФО (IAS) 7 «Отчет о движении денежных средств»	234
Нуриева Р.И., Харисова Р.Р. О вопросах учета материально-производственных запасов в системах отечественного и международного учета	238
Орлова А.И. Факторы, способствующие успешному развитию ресторанного бизнеса	242

Остапчук О.Ю., Кипкеев М.Д. Значение косвенного налогообложения в доходной части бюджета РФ	248
Павлова Е.И., Аздравина А.Л. Логистические системы экспорта углеводов РФ на региональные рынки	253
Панькова М.К., Емелина С.А. Управление финансовыми рисками	259
Панькова М.К., Маргович Е.А. Конкурентная среда: методы исследования	262
Пархоменко О.В. К вопросу о термине «инновационная деятельность»	265
Пестов А.В. Ипотечное кредитование в России.....	269
Плотников П.А. Мировая борьба за рынок нефти в 2016 году	272
Позднякова Т.Н., Кувшинова М.В. Разработка методологических подходов в оценке конкурентоспособности медицинской техники.....	276
Ремесло Б.Б., Ткаченко С.Н. Общие принципы настройки и оформления сообщества в социальной сети ВКонтакте для дальнейшего SMM продвижения.....	280
Рустамов В.Х., Джуджуев М.Ф., Езангина И.А. Роль совместного банковского кредитования в реализации стратегий российских предприятий.....	285
Рязанова Ю.А., Дубовицкий А.А., Давлетгареев Н.Р. Управление конкурентоспособностью предприятия.....	291
Савкина Р.В. Налоговые льготы 2016 года и их использование предприятиями сферы услуг.....	294
Савкина Р.В., Мальцева Е.Г. Особенности стратегического планирования в условиях кризиса	301
Свиридова В.А., Косарева Н.Ф., Хамутских Е.Ю. К вопросу об оценке экономической эффективности ИТ-проектов	307
Харина Е.В., Гайдарь Е.В. Проблемы и перспективы внедрения информационных систем и технологий на предприятии	310
Харисова Р.Г. Основные элементы внутреннего контроля стратегии развития организации.....	316
Хачатурова С.С. Основное назначение справочно-правовых систем	319
Чухрова О.В. Особенности бухгалтерского учета полученных грантов коммерческими организациями.....	321
Чухрова О.В., Чухрова А.А. Система «директ-костинг» и ее применение в российских организациях.....	325
Чушенко С.М. Пути преодоления кризиса в системе государственного управления	328

Шадчнева А.В., Рыбасова Ю.В. Экологическое страхование в Российской Федерации: проблемы и перспективы	332
Шелистов Д.А., Хомушкина Ю.А., Древаль А.Н. Векторы развития потенциала компании	337
Шелистов Д.А., Хомушкина Ю.А., Древаль А.Н. Оценка профессиональных компетенций педагогических работников: теоретические аспекты.....	341
Ядрихинская Я.А. Оптимизация расходов на персонал и обучение работников АО «Сахаэнерго»	344
Ядрихинская Я.А. Анализ количественных показателей работников АО «Сахаэнерго».....	347

Contents

Abaltusova A.A. Analysis of modern situation, problems and prospects of development of the Russian market of the CMTPL.....	15
Aglitskiy I.S. Innovative methods of mathematical training of economists and managers in institutions of higher professional education.....	20
Adilisha D.R. Some aspects of creating and promoting personal brand.....	23
Andreyanov V.N. Current issues of modern management.....	26
Artamonov V.D. The role of the management decision-making in the modern economy.....	30
Arkhipova V.A. Development of rural social infrastructure is in Chuvash Republic	35
Arkhipova V.A., Efremov N.A. Experience of development of organic agriculture	39
Baranov A.N., Peredunova S.V. Research of complex backlogs of increase of income of enterprise	43
Baranov S.A., Kazantseva T.A., Tarasova I.A. Strategic planning activities of the organizations. The application of game theory for modelling decision making	46
Bashtygova M.T., Kokova B.Kh. Factors affecting the dynamics of the Russian Eurobonds on the example of "Rosneft"	54
Belyaeva M.A., Agafonova Yu.O., Barycheva P.P., Bakeev D.A. Modeling of production and techno-economic cost lines for meat processing.....	62
Busoyan S.S. Dissonance prerequisites and consequences of mega-regulation of the financial markets.....	67
Vorobiev C.V., Maksimenko V.A., Dmitriev I.V. The questions of fixed assets accounting.....	70
Gorbanev S.V. The essence of competitiveness of enterprise personnel.....	78
Gunicheva I.A. ERP and WNS: product selection for warehouse information management	82
Gusev E.G. Cognitive models as tool of working out of the enterprise environment in region tourism.....	85
Danilchik T.L. Motivation as a tool to improve efficiency	89
Dolgikh A.V. The oil and gas complex of Russia: modern state and problems.....	93
Drujinina N.N. Organization of internal control is in managing subjects	97

Dryamina Yu.Yu., Getts O.A., Davletgareev N.R. The role of marketing in crisis management.....	101
Dyagel O.Yu., Lisovets Yu.E Justification of conceptual bases of formation of methodological support of the analysis of efficiency of activity of the regional directorates of social sphere – structural subdivisions of JSCo "RZD"	104
Zhdanovich A.T., Kuznetcova E.Yu. The essence and role of returnable logistics for modern enterprises.....	108
Zhokhova M.V., Sharafutdinova R.R., Khachin S.V. Formation and development of labor motivation system	113
Zainutdinov D.I. Advertising activity information agency	116
Zaytseva E.V. On some approaches to the study of the concept and content of "small business" category	120
Zaporozhtseva L.A., Shkvaruk M.A. Providing strategic economic security as the basis for enterprise development	126
Zinatullina Yu.M. The role of the state in the development of entrepreneurship in conditions of financial-economic crisis	129
Zotova M.V. Information technology in hospitality service.....	132
Zubairova E.R. The impact of corporate culture on the effective management of organization	135
Idrisov A.-K.A., Idrisov Kh.M. Reform of the banking system to ensure economic stability of country	138
Kalinina K.D. Innovations for houses: the concept and components (social and environmental)	141
Kalinnikova M.A., Davletgareeva T.B. Simulation of production modernization	145
Karadzhaeva K.B. Innovation in management.....	148
Kasatkina A.A. Distance education as a factor of creating an innovative economy.....	152
Kikbayeva M.A. Formalization of resource optimization problems with fuzzy parameters	158
Kinzyakaev A.F., Syrovoy D.V. On the question of the effectiveness of mergers and acquisitions in the telecommunications sector	162
Kirienko I.A., Kiseleva V.E., Nikitina Yu.A Characteristics of positioning as a strategy development organization	166
Klimosenko V.Yu. Some aspects of the domestic enterprises integration into the international transport system.....	170
Koshev N.S. Some aspects of e-commerce abroad	175
Krasilnikova A.D. Ways to attract foreign investments in Perm region.....	181

Krasilnikova A.D. Foreign investments in the Russian Federation in the sanctions	184
Krasilnikova E.E. The role of import substitution policies to stabilize the economy at the present stage of Russia	187
Kyazhin M.S. Experience of anti-inflation regulation abroad.....	191
Litvinenko A.I., Mikhaylovsky A.A. Audit and financial planning at the enterprise of nuclear power	197
Markova G.I. An audit of the activities of an individual entrepreneur	200
Maslenkova M.V. Implementing PIT-TTC approach in a modelling of corporates' probability of default	203
Maskova N.G. Strategic priorities of innovative development of the Southern Federal District.....	208
Mordovchenkov N.V., Kuzmichev S.V., Chernonebova K.Yu. Development of regional marketing and the prospects for its improvement	212
Mukhametzyanova L.R. Evaluation of incorrect or missing information in IFRS.....	217
Mukhametzyanova L.R. Single issues of accounting and control of expenses related to official business.....	220
Nazarov V.V. The essence and main approaches to the definition of "competitiveness"	223
Nashev A.M. Features nationalization industries oil and gas sector	227
Novozhilova I.S. History of formation and development of the insurance institute in Russia	231
Nurieva R.I., Zakirova F.N. The main approaches to the improvement of the report of cash flows in accordance ith IFRS (IAS) 7 "Statement of cash flows"	234
Nurieva R.I., Kharisova R.R. The accounting of inventories in systems with domestic and international accounting.....	238
Orlova A.I. Marketing research of dairy products in the food market of the Russian Federation	242
Ostapchuk O.Yu., Kipkeev M.D. The value of indirect taxation to the revenue side of the budget of the Russian Federation.....	248
Pavlova E.I., Azdravina A.L. Logistic systems of the Russian hydrocarbons's export on the regional markets.....	253
Pankova M.K., Emelina S.A. Financial risk management.....	259
Pankova M.K., Margovich E.A. Competitive environment: research methods	262
Parkhomenko O.V. Revisiting the term «innovation activity».....	265
Pestov A.V. Mortgage lending in Russia.....	269

Plotnikov P.A. The world struggle for oil market in 2016	272
Pozdnyakova T.N., Kuvshinova M.V. Working out of methodological approaches in an estimation of competitiveness of iatrotechnics.....	276
Remeslo B.B., Tkachenko S.N. The General principles of configuration and design community in social network Vkontakte for further SMM promotion.....	280
Rustamov V.Kh., Dzhudzhuyev M.F., Ezangina I.A. Role of the joint bank lending in implementing the strategies of Russian enterprises	285
Ryazanova Yu.A., Dubovickiy A.A., Davletgareev N.R. Competitiveness management of the enterprise.....	291
Savkina R.V. Tax benefits the year 2016 and their use of facilities.....	294
Savkina R.V., Maltseva E.G. Features of strategic planning in crisis	301
Sviridova V.A., Kosareva N.F., Hamuttskih E.Yu. On the estimate of the cost-effectiveness of IT projects.....	307
Kharina E.V., Gaidar E.V. Problems and prospects of introduction of information systems and technology in the enterprise.....	310
Kharisova R.G. The main elements of the internal control of the organization's strategy development.....	316
Khachaturova S.S. The main purpose of legal reference systems	319
Chukhrova O.V. Features of accounting received grants commercial organizations.....	321
Chukhrova O.V., Chukhrova A.A. System of "direct costing" and it's using in Russian organizations	325
Chushenko S.M. The way to overcome the crisis in public administration	328
Shadchneva A.V., Rybasova Yu.V. Environmental insurance in the Russian Federation: problems and prospects.....	332
Shelistov D.A., Khomushkina Yu.A., Dreval A.N. Vectors of development of capacity of the company	337
Shelistov D.A., Khomushkina Yu.A., Dreval A.N. Evaluation of professional competences of teachers: theoretical aspects	341
Yadrikhinskaia I.A. Optimization of personnel and staff training costs in JSC «Sakhaenergo».....	344
Yadrikhinskaia I.A. Quantitative analysis of employees of JSC «Sakhaenergo»	347

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.015

Поступила (Received): 14.03.2014

Абалтусова А.А.

Анализ современного положения, проблем и перспектив развития российского рынка ОСАГО

Abaltusova A.A.

Analysis of modern situation, problems and prospects of development of the Russian market of the CMTPL

В статье рассматривается развитие страхования автогражданской ответственности в России. Представлена динамика основных показателей ОСАГО, охарактеризована структура рынка ОСАГО за последние годы в РФ. Обозначены основные проблемы данного вида страхования, рассмотрены изменения, внесенные в законодательную базу за 2014 – 2015 годы, а также перспективы развития ОСАГО

Ключевые слова: страхование, тариф, штраф, страховые выплаты, страховые премии

In article development of insurance of a motor vehicle liability in Russia is considered. Dynamics of the main indicators of the CMTPL is presented, the structure of the market of the CMTPL in recent years in the Russian Federation is characterized. The main problems of this type of insurance are designated, the changes made to legislative base for 2014 – 2015 and also prospects of development of the CMTPL are considered

Key words: insurance, tariff, penalty, insurance payments, insurance premiums

Абалтусова Анастасия Алексеевна

Студент

Южный федеральный университет

г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 105/42

Abaltusova Anastasia Alekseevna

Student

Southern federal university

Rostov-on-Don, B. Sadovaya st., 105/42

Научный руководитель:

к.э.н., доц. Савенко О.Л.

Страхование гражданской ответственности автовладельцев (ОСАГО) является обязательным с момента вступления в силу Федерального закона РФ от 25 апреля 2002г. №40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» (далее Закон). Данный вид страхования обеспечивает защиту имущественных интересов владельцев транспортных средств при нанесении ими ущерба здоровью, жизни или имуществу третьих лиц [3].

Несмотря на то, что страхование ОСАГО является обязательным и широко применимым в нашей стране, бизнес ОСАГО признан одним из самых убыточных для страховых компаний во многих регионах РФ. Это позволяет сделать предположение о слабости отечественной системы обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств, а также объясняет безусловную актуальность выбранной темы.

Рассмотрим динамику основных показателей страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств (ОСАГО) за 2008-2015 гг., используя данные ЦБ РФ и табл.1.

Таблица 1. Динамика основных показателей страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств (ОСАГО) за 2008-2015 гг.

Показатели	2008г.	2009г./ 2008г.	2010г./ 2009г.	2011г./ 2010г.	2012г./ 2011г.	2013г./ 2012г.	2014г./ 2013г.	2015г./ 2014г.	2015г./ 2008г.
Страховые премии, млрд. руб.	80,2	85,8	91,7	103,4	121,4	134,3	151,7	218,7	–
Абсолютный прирост страховых премий, млрд. руб.	–	5,6	5,9	11,7	18,0	12,9	17,4	67,0	138,5
Темпы роста премий, %	100,0	106,9	106,9	112,8	117,4	110,5	113,0	144,2	272,7
Страховые выплаты, млрд. руб.	47,8	49,9	55,5	56,3	64,1	77,4	91,1	123,6	–
Абсолютный прирост страховых выплат, млрд. руб.	–	2,1	5,6	0,8	7,8	13,3	13,7	32,5	75,8
Темпы роста выплат, %	100,0	104,3	111,4	101,3	114,0	120,6	117,7	135,7	258,5

Несмотря на, казалось бы, положительную динамику страховых премий и выплат по ОСАГО и превышений темпов роста премий над темпами роста выплат, данный сегмент рынка страхования длительное время является убыточным для страховых компаний.

За 2014 год с рынка обязательного страхования автогражданской ответственности (ОСАГО) ушли несколько страховых гигантов. В течение многих лет тарифы на данный вид страхования не менялись, и время показало, насколько этот инструмент обязательного страхования не совершенен. В 2014 году ситуация в сегменте данного рынка была критической – убыточность превысила 100%-ый уровень, крупнейшие страховщики сокращали свое присутствие на рынке.

Согласно данным рейтингового агентства RAEX скорректированный комбинированный коэффициент убыточности-нетто, учитывающий расходы на ведение дела, отчисления в РСА, изменения резервов убытков и выплаты по суду, составил в 2014 году 103-105% [5].

Рассмотрим структуру рынка ОСАГО в 2014-2015 годах, воспользовавшись данными ЦБ РФ и табл. 2.

Таблица 2. Топ компаний-лидеров по сборам ОСАГО в I полугодии 2015 года, тыс. руб.

Компании	2015 год	Структура, %	2014 год	Структура, %	Прирост, %
Росгосстрах	32651400	34,8	22034014	32,7	48,19
РЕСО-Гарантия	12291217	13,1	7603709	11,3	61,65
ВСК	7464887	7,9	4014491	6,0	85,95
Ингосстрах	5565661	5,9	3617173	5,4	53,87
АльфаСтрахование	4340575	4,6	2625131	3,9	65,35
Всего по компаниям-лидерам	62313740	66,3	39894518	59,3	56,20
Другие компании	31593943	33,7	27475023	40,8	15,0
Всего по сегменту	93907683	100,0	67369541	100,0	39,39

Из табл. 2 видно, что наибольший удельный вес в структуре рынка ОСАГО приходится на страховую компанию Росгосстрах. Ее доля в 2015 году составляет 34,8% и является максимальной в общей структуре рынка. Относительный прирост сборов данной компании по ОСАГО в 2015 году по сравнению с 2014 годом составил 48,19%, что связано с ростом тарифов и увеличением количества застрахованных.

Высший орган исполнительной ветви власти Правительство РФ выразило заинтересованность в принятии поправок к ФЗ РФ от 25 апреля 2002г. №40-ФЗ «Об ОСАГО», так как сфера обязательного страхования автогражданской ответственности в настоящее время находится в разбалансированном состоянии.

Одна из проблем ОСАГО заключается в различии государственных интересов и страховщиков. С одной стороны, государство в лице Центрального банка (ЦБ РФ) контролирует тарифы, лимиты выплат, квоты на бланки ОСАГО, выдачу лицензий страховым компаниям, которые, в свою очередь, по закону не могут отказать в оформлении ОСАГО ни одному клиенту. С другой стороны страховые компании желают получить максимально возможную прибыль от всех видов страхования и покидают регионы, где бизнес ОСАГО не является прибыльным. Две самые актуальные проблемы на данный момент: необоснованный отказ в продаже полиса и навязывание дополнительных услуг, например, страхование от несчастного случая, которые решены на законодательном уровне, но не на местах.

С 1 сентября 2014 года, в соответствии с внесенными поправками в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, за необоснованный отказ страховой организации от заключения договора ОСАГО и навязывания дополнительных услуг будет наложен административный штраф на должностных лиц в размере пятидесяти тысяч рублей.

Центробанк в тандеме с Российский союзом автостраховщиков (РСА), начал активно решать проблемы в страховом секторе, начиная с 2014 года. Изменения в ОСАГО, которые вступили в силу со 2 августа 2014 года, коснулись Европротокола. Участники дорожно-транспортного происшествия (ДТП), где нет пострадавших, должны самостоятельно составить протокол. Каждый участник ДТП обязан в течение 5 дней отправить свой экземпляр Извещения о ДТП своему страховщику. Кроме этого произошло увеличение лимита выплат по Европротоколу с 25 000 до 50 000 рублей. Тех, кто не оформляет Европротокол и создает аварийную ситуацию на дороге, с 1 июля 2014 года стали штрафовать на 1000 рублей за неисполнение обязанностей по оформлению ДТП [6].

Также с августа 2014 года пострадавший в ДТП может получить возмещение убытков только в своей страховой компании, где был оформлен полис ОСАГО. Следующие изменения произошли в октябре 2014 года, в числе которых:

- увеличение лимита выплат по ущербу имущества с 120 000 до 400 000 рублей, связанное с ростом цен на комплектующие автомобилей.

- Снижение максимального возможного значения износа при расчете возмещения по ОСАГО с 80 % до 50 %. Сейчас у автовладельцев есть выбор между страховым возмещением в денежном эквиваленте и путем направления авто на ремонт в случае, если у страховщика заключен договор со станцией технического обслуживания.

- Повышение базовых тарифов на 23–30% в связи с увеличением страховых сумм по возмещению вреда имуществу в договорах ОСАГО, а также из-за снижения максимального процента износа заменяемых деталей.

Изменения в ОСАГО, вступившие в силу с 1 апреля 2015 года, включили в себя комплекс поправок в части выплат за вред жизни и здоровью:

- Увеличение лимита выплат по жизни и здоровью каждому пострадавшему со 160000 до 500000 рублей.

- Выплаты в случае травм пострадавших осуществляются по специальной таблице, где указаны вид повреждения и сумма компенсации.

- Увеличены лимиты компенсационных выплат РСА.

- С 12 апреля 2015 года, базовые тарифы по ОСАГО выросли на 40 %, при этом ЦБ РФ также расширил тарифный коридор с 5 % до 20 % [3].

- В 11 субъектах РФ территориальный коэффициент повышен, в 10 регионах понижен. Новые базовые ставки для водителя легкового автомобиля повысились с 2440–2574 руб. до 3432–4418 руб. [5].

- С 1 июля 2015 года заключение договора ОСАГО возможно в электронном виде. Надеемся, что новый инструмент страхования решит острые проблемы. Так, страховщики не смогут прикрываться отсутствием бланков, навязывать дополнительные услуги и препятствовать оформлению договоров. Изменения в ОСАГО, которые вступили в силу в 2016 году:

- С 1 января 2016 года введена проверка наличия страховки с помощью камер видеофиксации. Проект стартует в Москве, Казани и ряде других городов, после чего распространится на всю страну.

Говоря о перспективах развития ОСАГО необходимо отметить, что все вышеперечисленные поправки в законодательную базу об ОСАГО не снизят желания страховщиков навязывать дополнительные услуги, так как именно за счет премий по ним они могут рассчитывать на дополнительные резервы, которые, в случае надобности, пойдут на страховые выплаты по ОСАГО.

По проведенному прогнозу RAEX, уровень выплат в ОСАГО в 2016 году составит 74%, в 2017 году – 75%. Реальная убыточность страховщиков в 2016 году составит 101%, в 2017 году значение показателя будет равно 102%. Таким образом, в связи с повышением тарифов по ОСАГО в 2016 году ситуация стабилизируется, убытки страховщиков от операций по ОСАГО будут минимальны. В 2017 году в условиях стабилизации экономической ситуации с учетом возможной актуализации справочника средней стоимости запчастей реальная убыточность страховщиков вырастет, страховые компании вновь начнут получать убытки по ОСАГО. В случае реализации негативного прогноза, при значительном спаде продаж автомобилей, реальная убыточность по ОСАГО вырастет еще сильнее – на рынке вновь начнется кризис [5].

Сложно спрогнозировать развитие рынка страхования на данном этапе. Важно то, что ЦБ РФ – обратил внимание на проблемы в данном секторе и решает их максимально эффективно. Наша система автострахования начинает подходить к европейской, при этом в Европе государство не контролирует тарифы. При этом измененное рыночное ценообразование и здоровая конкуренция будет являться хорошей перспективой на ближайшие несколько лет, способствующей восстановлению рынка страхования.

Список используемых источников:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (с изм. и доп. 01.10.2015 г.).
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ.
3. Федеральный закон «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» от 25 апреля 2002 г. № 40-ФЗ.
4. Улыбина Л.К. Трансформация страхового рынка: проблемы, тенденции, перспективы // Экономические науки, 2014. №86. С. 227–235.
5. Официальный сайт рейтингового агентства RAEX («Эксперт РА»). URL: <http://www.raexpert.ru/>
6. Официальный сайт Российского союза автостраховщиков. URL: <http://www.autoins.ru/ru/osago/zakon/>
7. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации. URL: <http://www.cbr.ru/>

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.020

Поступила (Received): 30.03.2016

Аглицкий И.С.
Инновационные методы математической подготовки
экономистов и менеджеров в учреждениях высшего
профессионального образования

Aglitskiy I.S.
Innovative methods of mathematical training of economists and
managers in institutions of higher professional education

В статье рассмотрены проблемы приближения программ изучения математических дисциплин студентами направлений экономики и менеджмента к реальным задачам, решаемым в бизнесе при помощи экономико-математических методов и моделей. Предлагается уделять больше внимания постановкам реальных задач и автоматизированным методам их решения

Ключевые слова: математика, реальные задачи, бизнес-приложения

The article deals with the problems of approaching the teaching of mathematics to students of Economics and management to real tasks performed in the business with the help of economic-mathematical methods and models. It is suggested to pay more attention to the performances of real tasks and automated methods of their solutions

Key words: mathematics, realistic goals, business applications

Аглицкий Игорь Семенович

*Доктор экономических наук, профессор
Финансовый университет при правительстве РФ
г. Москва, Ленинградский проспект, 49*

Aglitskiy Igor Semionovich

*Doctor of Economic Sciences, Professor
Financial university under the government of the RF
Mocsov, Leningradskiy ave., 49*

Переход России на инновационный путь развития практически невозможен без подготовки адекватного кадрового потенциала. Таких специалистов в сферах экономики и менеджмента готовят преимущественно в учреждениях высшего профессионального образования по соответствующим направлениям и профилям в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами [1, 2].

Если проанализировать стандарты по направлениям экономики и менеджмента, то можно заметить, что математические дисциплины занимают в них достаточно солидное место. Это более 1500 аудиторных часов, причем, как правило, на изучение математического анализа отводится до 300 часов, на линейную алгебру до 200 часов, до 100 часов на эконометрику, теорию игр, теорию вероятностей, математическую статистику и т.д. Казалось бы, студенты «деловых» направлений получают солидную математическую подготовку. И это действительно так, но только в теоретическом аспекте.

Студентов математике учат математики с кафедр математики. Математик не специалист, как правило, в области экономики или менеджмента, поэтому на

занятиях студенты решают обычно классические, мало связанные со сферой деятельности будущих выпускников примеры и задачи.

Многие программы математических дисциплин, разрабатываемые для студентов всех направлений подготовки, едины и ориентированы преимущественно на теоретические знания и умения решать поставленные абстрактные задачи, прямо не связанные с предметной областью. Много внимания уделяется изучению решения задач вручную по методикам, которые сегодня полностью автоматизированы.

Это вполне оправдано для направлений подготовки специалистов в сферах математики и информатики для крупных наукоемких предприятий, где есть потребность в разработке новых методик и средств решения сложных математических задач [3]. При таком подходе студенты получают в качестве остаточных знаний не только умение решать абстрактные задачи, но и детальное знание самих методик. Однако для экономистов и менеджеров таких задач в реальной практике бизнеса просто не возникает. Им нужно уметь совсем другое – правильно ставить задачи с последующим построением математических моделей и решением их с помощью стандартных компьютерных программ.

Поэтому представляется целесообразным уделить больше внимания постановкам реальных задач бизнеса в рамках изучения математических дисциплин студентами направлений экономики и менеджмента. Понимание смысла и особенностей таких задач позволит выпускникам в будущем успешно ставить такие задачи и решать их с помощью специальных пакетов прикладных программ. Для этого программы математических дисциплин (особенно в части семинаров, контрольных и курсовых работ) целесообразно составлять с участием профильных и выпускающих кафедр для этих направлений, а также с привлечением к этому процессу потенциальных работодателей.

Таким образом, вместо навыков по решению сложных теоретических математических у студентов указанных направлений подготовки будут развиваться навыки по самостоятельной математической постановке и аргументированному представлению реальных бизнес-задач, а также умение ориентироваться в разнообразии методологических и методических подходов к их решению, включая автоматизированные средства и пакеты прикладных программ.

Для достижения указанной цели необходимо плотное взаимодействие между математическими и профильными кафедрами учреждений высшего профессионального образования. Здесь могут быть созданы инновационные межкафедральные структуры для совместной разработки рабочих программ математических дисциплин.

Другой инновационной формой повышения качества математической подготовки экономистов и менеджеров может стать создание совместно с работодателями научно-образовательных центров, в которых будут определяться задачи, которые имеют место на практике и нуждаются в математическом обеспечении их решения. Разработки таких центров также могли бы усилить математическую подготовку кадров учреждений высшего профессионального образования по исследуемым направлениям.

Еще одна инновационная форма – включение математических аспектов в практику студентов (производственную и преддипломную). Практику студенты проходят на реальных предприятиях, имеют дело с реальными людьми, документами, задачами. Эти проблемы можно формализовать и попытаться представить в виде математических моделей. В дальнейшем выпускнику с учетом полученного навыка будет легче строить подобные модели.

Список используемых источников:

1. Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата). Приказ Минобрнауки России № 1327 от 12.11.15.

URL: http://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site124/html/media92530/bak_38_03_01.pdf

2. Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата). Приказ Минобрнауки России № 7 от 12.01.16.

URL: http://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site124/html/media92530/380302.pdf

3. Аглицкий И.С., Потрываева Е.В. Инновационные методы подготовки кадров для крупных наукоемких предприятий // Проблемы и перспективы развития образования в России. Новосибирск. 2012. С. 166-169.

© 2016, Аглицкий И.С.

Инновационные методы математической подготовки экономистов и менеджеров в учреждениях высшего профессионального образования

© 2016, Aglitskiy I.S.

Innovative methods of mathematical training of economists and managers in institutions of higher professional education

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.023

Поступила (Received): 02.03.2016

Адильша Д.Р.
Некоторые аспекты создания и продвижения
персонального бренда

Adilisha D.R.
Some aspects of creating and promoting personal brand

В статье рассматриваются аспекты создания и продвижения персонального бренда, подвергаются анализу известные персоны-бренды, а также рассматривается роль интернета в продвижении персонального бренда

Ключевые слова: персональный бренд, создание и продвижение персонального бренда, новые медиа, сеть Интернет

The article discusses aspects of creating and promoting a personal brand, are analyzed famous person brands and also examines the role of Internet in promoting personal brand

Key words: personal brand, creating and promoting a personal brand, new media, Internet

Адильша Диля Рашитовна

Студент

Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова

г. Магнитогорск пр. Ленина, 38

Adilisha Dilya Rashitovna

Student

Magnitogorsk state technical university named G.I. Nosov

Magnitogorsk, Lenin ave., 38

Актуальность темы заключается в том, что в современном мире понятие бренд применяется не только к товару, но и к человеку. Известно, что «в современном профессиональном мире специалист должен постоянно продвигать себя, дабы оставаться востребованным» [4]. Персональный (личный) бренд представляет собой сложившийся «образ, который возникает в голове у людей, когда речь идет о персоне или употребляется его имя в коммуникациях» [7]. В современном обществе персональный бренд стал играть значимую роль и интерес к нему вырос, «что и определяет актуальность подобных исследований» [5]. Ведь «персональный бренд – это основа профессиональной стабильности в мире быстрых перемен», это «практический инструмент, позволяющий вести планомерную работу в профессиональном и личностном плане» [3].

Существует несколько причин для развития личного бренда: он повышает самооценку; создает конкурентное преимущество своему владельцу, расширяет интересы и круг его общения и т.д. Можно выделить следующие цели персонального бренда:

- вызывать эмоции в сознании людей;
- построение доверительных отношений с людьми (клиентами, партнерами), создавая некую эмоциональную связь при этом;
- выгодно себя позиционировать, создавать свою репутацию;

- стать известным и узнаваемым и др.

Как в любой другой сфере деятельности в создании и продвижении персонального бренда существуют и стереотипы. Например,

- в личный бренд необходимо вкладывать большую сумму денег;
- успешным персональным брендом может стать любой, даже с малым потенциалом, но на короткое время;
- человек, имеющий персональный бренд, должен нравиться всем без исключения

Попробуем на примерах личных брендов некоторых персон проанализировать эти стереотипы.

1. Мэри Кэй Эш – американская предпринимательница и основательница компании Mary Kay Cosmetics. Она сделала себя сама, долгие годы упорно шла к своей цели, определив для себя «золотые правила», которыми до сих пор руководствуется ее компания, существующая уже 50 лет и названная в честь своего основателя. На продвижение личного бренда Мэри Кэй Эш была затрачена минимальная сумма денег, никакой звездной карьеры у нее не было, только большое желание заниматься любимым делом. Она имела большое желание делать женщин красивыми и женственными.

2. Анна Курникова – российская спортсменка, теннисистка. С момента, когда Анна начинает выигрывать титулы и завоевывать почетные места, о ней начинают много говорить, ее узнают. Параллельно со спортом она строит карьеру модели, снимается в рекламе. Она с 5 лет занялась теннисом, с 14 лет профессионально, в данном случае деньги вкладывались в спорт и в развитие Анны, как спортсменки. У нее большой потенциал, т.к. родилась в спортивной семье. Ее популярность с годами не уменьшается, а лишь «видоизменяется».

3. Владимир Жириновский – советский и российский политический деятель, заместитель председателя Государственной думы (с 2000 по 2011), основатель и председатель Либерально-демократической партии России (ЛДПР), член Парламентской ассамблеи Совета Европы, 5 раз участвовал в выборах Президента России (1991, 1996, 2000, 2008, 2012). Сразу после института начал заниматься политической деятельностью. Владимир Жириновский известен как политический деятель, при этом успел сняться в нескольких фильмах и записать ряд песен.

Как видно из примеров, эти персоны-бренды известны каждый в своей области деятельности. Четкий, сформированный личный бренд этих людей вызывает интерес к ним и к их деятельности. При этом надо отметить, что личный бренд не более, чем образ личности, ее тень, словно «защитный механизм личности от каких-то проблем, тревог, защита сознания от перенапряжения» [1]. Таким образом, личный бренд необходим:

- для продажи себя как героя или как участника массовых действий, что характерно для актеров или спортсменов;
- для продажи себя как эксперта или преподавателя, что актуально для специалистов различных сфер деятельности;
- для продажи своей продукции, что актуально для людей искусства или предпринимателей;

– для продажи себя как представителя интересов граждан, то есть сфера политики. И, как только persona определит свою идентификацию, это позволит ей выделиться среди информационного шума на профессиональном рынке.

В последнее время в связи с усложнением коммуникационных технологий и в связи с развитием новых новых медиа продвижение персонального бренда «все более уходит» в сторону интернета и веб-среды. «Термин «новые медиа» (англ. new media) возник в гуманитарных науках в связи с появлением в 2000-х гг. технологий Web 2.0» [6]. В связи с этим исследователями предлагаются различные трактовки и понимания таких понятий, как «традиционные и новые медиа», «сеть», «интернет» и т.д. «В последние несколько лет стремительные изменения в коммуникационных технологиях сделали проблему философского осмысления новых медиа наиболее актуальной» [6].

Вообще, можно сказать, что Интернет – это глобальная компьютерная сеть, которая на сегодняшний день охватывает практически весь мир и проникает практически во все сферы жизнедеятельности человека. Она также является актуальной площадкой, в том числе для продвижения персонального бренда [2]. В сети люди ищут полезную информацию, спутника жизни, совершают покупки, ищут попутчика для путешествий, налаживают деловые контакты, работают, становятся известными, общаются по интересам, продвигают персональный бренд [3], занимаются саморекламой [2] и т.п. Таким образом, персональный бренд как современное явление в своем продвижении использует все более новые технологии.

Список используемых источников:

1. Питыко О.А. К вопросу о виртуальном характере новых медиа // Роль инноваций в трансформации современной науки. Уфа: Аэтерна, 2016. С. 185-186.
2. Питыко О.А. Персональная web-страница преподавателя вуза как средство саморекламы // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2011. № 41. С. 232-235.
3. Питыко О.А. Персональный брендинг как инструмент саморекламы в контексте продвижения специалиста в профессиональной среде // Инновационный Вестник Регион. 2013. № 4. С. 23.
4. Питыко О.А. Самореклама в построении успешной карьеры // Инновационное развитие современной науки. Уфа, 2015. С. 120-122.
5. Питыко О.А. Фестиваль саморекламы как средство коммуникации студентов // Перспективы развития науки и образования. 2015. С. 95-96.
6. Питыко О.А. Философское осмысление коммуникаций в новых медиа // Современные технологии в мировом научном пространстве. Ч. 3. Уфа: Аэтерна, 2016. С. 53-56.
7. Pitko O. Personal brand: creating, promoting, strengthening // Scientific enquiry in the contemporary world: theoretical basics and innovative approach. Vol. 1 Humanities and social sciences: research articles B&M Publishing, San Francisco, California. 2015. P. 30-33.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.026

Поступила (Received): 30.03.2016

Андреянов В.Н.
Актуальные вопросы современного менеджмента

Andreyanov V.N.
Current issues of modern management

В данной статье мы рассмотрели актуальные вопросы современного менеджмента. Раскрыли понятие менеджмент и его функции. Рассмотрели несколько примеров, касательно понятия, хорошей работы менеджера, его обязанности управления и решения некоторых проблем, которые могут возникнуть при его работе

Ключевые слова: менеджмент, управление, предприятие, коллектив

Андреянов Вадим Николаевич
Казанский государственный энергетический университет
г. Казань, ул. Красносельская, 51

In this article, we discussed the topical issues of modern management. Explained the concept of management and its functions. Considered some examples with regards to the concept, a good Manager, his duties of managing and solving some of the problems that may arise during its working

Key words: management, management, enterprise, team

Andreyanov Vadim Nikolaevich
Kazan state power engineering university
Kazan, Krasnoselskaya st., 51

Менеджмент – это самостоятельный вид профессиональной деятельности, направленный на достижение в ходе любой хозяйственной деятельности фирмы, действующей в рыночных условиях, определенных намеченных целей путем рационального использования материальных и трудовых ресурсов с применением принципов, функций и методов экономического механизма менеджмента [1]. Это понятие более узкое и применяется лишь к управлению социально-экономическими процессами на уровне фирмы, действующей в рыночных условиях. Если попытаться раскрыть определение "менеджмента" более глубоко, то можно отметить, что в это понятие входят: изучение рынка (спроса, потребления), то есть, маркетинг и прогнозирование; производство продукции с минимальными затратами и реализация ее с максимальной прибылью; управление персоналом, следовательно, знание социологии, психологии, а также анализ информации и разработка программ для достижения поставленной цели [2]. Одним из важнейших требований к менеджеру любого уровня является умение управлять людьми. Чтобы быть хорошим менеджером любого уровня необходимо быть психологом, что означает понимать людей и отвечать им взаимностью. Хороший менеджер – это хороший организатор, и друг, и учитель, и эксперт в постановке задач, и лидер, и человек, умеющий слушать других и еще многое другое, что он может в себя включить. Он обязан хорошо знать своих прямых

подчиненных, их способности, возможности, реакцию на различные ситуации, умения выполнения конкретной получаемой ими работы. В обязанности менеджера так же входят создание условий, связывающие предприятие и работников, защищать интересы тех и других на справедливой основе. Устранять неспособных работников с целью удержания единства и правильности функционирования предприятия. Как говорили ранее, менеджер, должен быть готов создать благоприятный психологический климат в коллективе. Психологический климат коллектива зависит от нескольких вещей, таких как: характер руководства, стиль взаимоотношений между руководителями и подчиненными, психологическая совместимость работников, то есть способности членов группы к совместной деятельности, основанной на оптимальном сочетании их психологических свойств [3]. Лучшей психологической совместимостью обладают люди, имеющие одинаково высокую потребность в общении. Например, лица с крепкой нервной системой успешнее общаются с партнерами, имеющими более слабую нервную систему, и наоборот.

Одним из важнейших путей преодоления конфликтов, является хорошая организация управления, эффективное моральное и материальное стимулирование. Существует два способа преодоления конфликтов [3]: педагогический и административный. При разрешении конфликта необходимо учитывать психологические особенности персонала. На одного члена персонала лучше действует убеждение, на другого – требование изменить поведение с предупреждением о возможных административных последствиях. Метод убеждения – является основным педагогическим приемом, используемым для оценки и преодоления конфликтных ситуаций. Педагогический прием эффективен в том случае, если он исходит от авторитетных лиц. Административные методы воздействия используют по отношению к инициаторам конфликтов без видимых оправдательных причин.

Участие руководителя в разборе конфликтной ситуации очень важно, так же оно способствует снятию отрицательных эмоций, выработке оптимального решения этой ситуации и повышению авторитета самого руководителя. Второй, немаловажный принцип – это умение привлечь подчиненных к разработке проблемы и ее выполнению, разъяснить подчиненным и убедить их в том, что осуществление намеченного зависит от навыка, практического опыта, что их идеи и предложения имеют ценность для предприятия. При таком подходе, подчиненные будут проявлять инициативу, вкладывать в работу все свои знания и опыт. Особенностью современной экономики является направленность ее на обеспечение рационального ведения хозяйства, при условии дефицита ресурсов, необходимых для выполнения высоких конечных результатов с минимальными затратами [4].

Предприятие в современных условиях поставлено в сложные условия хозяйствования. С одной стороны, несовершенство законодательства, высокие налоги, разрыв производственных связей, как с поставщиками, так и с покупателями, дестабилизировали положение на рынке. С другой – устаревшее оборудование, моральный и материальный износ, отсутствие средств на ремонт, за-

мену и модернизацию. В этих условиях становятся актуальными вопросы изучения построения организаций. Рыночная экономика требует быстрого реагирования на изменение спроса, совершенствование продукции, технологий и способов управления и построения организаций. Функция организации реализуется в фирме посредством составления положений о экономических службах организации. Это очень важный процесс, требующий постоянного внимания со стороны руководства. Хорошо продуманная организация экономических служб предотвращает конфликтные ситуации, способствует налаживанию плодотворной и оперативной работы. С другой стороны, ошибки в организации порождают "силы", которые стремятся разорвать организацию, создают препятствия в работе. Решения разделения труда должны отвечать определенным требованиям. Главные среди них – это обоснованность, четкость формулировок, реальная осуществимость, своевременность, экономичность (следующая их размеров затрат), эффективность. Как правило, решения должны приниматься там, где возникает проблемная ситуация; для этого менеджеров соответствующего уровня необходимо наделить полномочиями и возложить на них ответственность за состояние дел на управляемом объекте. Очень важным условием положительного воздействия решения на работу организации является его согласованность с ранее принятыми решениями, как по вертикали, так и по горизонтали управления (если это решение соответствует политике развития). Оперативное управление производством характеризуется принятием решений управленческим персоналом в складывающейся производственной ситуации. Данное управление производством вынуждает непрерывного слежения за ходом производства, оказывая целенаправленное воздействие на коллективы. Это достигается: строгим распределением работ на короткие периоды времени; отлаженной организацией сбора и обработки информации о ходе производства; комплексным использованием средств вычислительной техники для подготовки вариантов управленческих решений; повседневным анализом и владением управленческим персоналом производственной ситуацией в каждом звене предприятия; своевременным принятием решений и организацией работы по предупреждению нарушений в ходе производства или для быстрого его восстановления в случае отклонения от запланированной траектории управления.

В заключение необходимо отметить, что менеджмент сегодня, является одной из главных составляющих нашей жизни, поскольку без управления, невозможно ни одно предприятие, фирма или просто отношения между людьми. Менеджмент, включая в себя множество других наук, учит находить на практике решения любых проблем.

Список используемых источников:

1. Тимофеев Р.А., Шлычков В.В. Актуальные вопросы подготовки специалистов в области энергетического менеджмента // *Энергетика Татарстана*. 2012. № 2. С. 75.
2. Хасанова Г.А., Шлычков В.В. Менеджмент. Казань: КГЭУ, 2011. С. 34.
3. Хасанова А.Ш., Квон Г.М., Мухаметзянова Ф.Г. Оценка перспектив развития рынка трудовых ресурсов как субъектов профессиональной деятельности // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*. 2015. № 1 (53). С. 133-137.

4. Смагина М.Н., Алафузов И.Г. Особенности эффективного управления процессом использования ресурсов // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 3. С. 90-93.

© 2016, Андреев В.Н.

Актуальные вопросы современного менеджмента

© 2016, Andreyanov V.N.

Current issues of modern management

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.030

Поступила (Received): 01.03.2016

Артамонов В.Д. Роль принятия управленческих решений в условиях современной экономики

**Artamonov V.D.
The role of the management decision-making
in the modern economy**

В данной статье отражена проблема правильного выбора средства принятия управленческих решений на предприятии и необходимость повышения эффективности, оперативности и компетентности таких решений. Рассмотрены свойства управленческих решений на предприятии и требования для них, призванные обеспечить развитие предприятий в условиях рыночной конкуренции, а также найти оптимальные модели их управления

Ключевые слова: роль, управленческие решения, современная экономика

This article reflects the problem of correct choice of means of management decision-making at the enterprise and the need to improve the efficiency, effectiveness and competence of such decisions. The properties of administrative decisions in the enterprise and the requirements for them to ensure the development of enterprises in a competitive market, as well as to find the optimal model of management

Key words: role, management decisions, modern economy

Артамонов Владислав Денисович

Бакалавр

Национальный исследовательский ядерный университет МИФИ

г. Москва, Каширское ш., 31

Artamonov Vladislav Denisovich

Bachelor

National research nuclear university MEPHI
Moscow, Kashirskoye sh., 31

Усиленное внимание к проблемам обеспечения развития предприятий в условиях рыночной конкуренции, а также поиск оптимальных моделей их управления (прежде всего в части разработки стратегий их развития и текущего планирования их деятельности), существенно подняли научно-теоретический вес исследований роли управленческих решений. Причем, если раньше эти проблемы, как правило, нарушались в основном в пределах теории управления, то теперь они составляют одно из основных направлений исследования экономической науки, а также менеджмента предприятий и предпринимательской деятельности.

Касаясь вопроса совершенствования средств принятия управленческих решений как фактора разработки стратегии развития предприятий, следует указать на те объективные причины, которые актуализируют указанные исследования в современных условиях.

Отмечая необходимость повышения эффективности, оперативности и компетентности управленческих решений, необходимо признать, что указанные действия предусматривают разработку комплексного научного обеспечения этого процесса. Для этого необходимо иметь четкое представление не только о самих свойствах управленческих решений на предприятии и требованиях для них, но и правильно выбрать средства принятия управленческих решений, что также выступает весомым залогом успешного функционирования предприятия в современных условиях рыночной конкуренции и быстрых экономических изменений на региональном, национальном и международном уровне.

Применение современных достижений экономической теории дает возможность построить не только общую модель разработки и принятия управленческого решения на том или ином предприятии, но и выбрать те наиболее эффективные и уместные экономической ситуации методы и средства, которые обеспечат надлежащий уровень принятия и разработки необходимых управленческих решений.

Развитие современной экономики практически невозможно представить вне процесса управления и менеджмента, которое позволяет предприятиям не только входить и адаптироваться к стремительно изменяющимся условиям рыночной экономики, но и разрабатывать стратегии развития, которые обеспечили им необходимые конкурентные преимущества. В этом смысле становится все более очевидным, что составляющей любой управленческой функции является принятие управленческих решений.

В общетеоретическом аспекте принятие решения представляет собой сознательный выбор среди вариантов, существующих или альтернатив направления действий, сокращающих разрыв между настоящим и будущим желаемым состоянием организации. Таким образом, этот процесс включает в себя много различных элементов, но непременно в нем присутствуют такие элементы, как проблемы, цели, альтернативы и решения – как выбор альтернативы. Этот процесс лежит в основе планирования и координации деятельности любого предприятия, что делает исследование понятия управленческих решений и выяснения их роли в развитии современных предприятий значимым и актуальным в научно-теоретическом плане задачи современной экономической теории.

Отмечая актуальность этого направления исследований, невозможно обойти вниманием и другие аспекты, которые существенно повышают теоретический и практический вес подобных научных исследований. Во-первых, в классической теории менеджмента предприятий проблематика управленческих решений связывалась, прежде всего, с деятельностью руководящих звеньев управления предприятием, когда ключевой проблемой стоял вопрос о самом процессе принятия управленческого решения.

Впрочем, в последнее время внимание все больше концентрируется не столько на внутренней логике функционирования и взаимодействия тех, кто управляет с теми, кем управляют, сколько на вопрос создания и функционирования соответствующей среды вокруг процесса принятия управленческих ре-

шений. То есть вводится целый ряд новых понятий (например – информационное обеспечение процесса стратегического планирование деятельности предприятий и принятие управленческих решений и т.п.), которые помогают раскрыть новые факторы и аспекты управленческой деятельности в целом и принятия управленческих решений на предприятиях в частности.

Во-вторых, обращаясь к анализу последних тенденций развития экономической теории, можно утверждать, что общая эволюция маркетинга способствовала тому, что он постепенно превратился в управленческий подход, а концепция маркетинга как философия бизнеса приобрела значительную интеграцию в сфере стратегического управления деятельностью предприятия.

Таким образом, проблематика принятия управленческих решений на предприятиях стала рассматриваться в несколько новом контексте, а именно – с точки зрения разработки и введение соответствующих маркетинговых стратегий, объединяющих средства между целями и ресурсами предприятия; реализуется в определенных, логически последовательных и взвешенных действиях и дает предприятию достигать основные его долгосрочные цели, концентрировать ресурсы на наиболее значимых возможностях, удовлетворяя потребности выгодополучателей, повышая конкурентоспособность и прибыльность предприятия. Таким образом, возникла необходимость существенного уточнения понятия управленческих решений с целью обеспечения теоретико-методологических основ их исследования в свете разработки вопросов стратегического менеджмента современных предприятий.

В-третьих, совершенно очевидно, что общие изменения в мировой рыночной среде (этому непосредственно способствовали процессы глобализации), когда существенно повышается уровень нестабильности экономических процессов, формируются новые угрозы устоявшимся экономическим связям и устойчивому экономическому развитию, особую актуальность приобретают вопросы управленческой адаптации на уровне предприятий с указанными изменениями. В значительной степени это означает ничто иное, как переосмысление не только процесса принятия управленческих решений, но и их содержания с целью создания эффективных механизмов стратегической маркетинговой адаптации предприятий к тем или иным условиям современного рынка. Все это существенно повышает актуальность исследования понятия управленческих решений и их роли в экономическом развитии современных предприятий.

Общим для всех имеющихся на сегодня в экономической теории способов интерпретации содержания понятия принятия управленческих решений на предприятиях является то, что сам процесс принятия решений воспринимается как один из центральных элементов управленческой деятельности, в отношении которого все остальные могут рассматриваться как вспомогательные. В этом контексте под принятием управленческих решений на предприятиях понимают особый вид деятельности управленца, направленный на выбор лучшей из альтернатив, тем, что есть.

На любом предприятии принимается большое количество самых разнообразных решений, которые отличаются между собой по содержанию, срокам действий и разработки, масштабам действий, уровнем принятия, информационной

обеспеченностью и тому подобное. Поэтому в процессе обоснование и принятие управленческих решений необходимо учитывать их разновидности.

В современной экономической литературе существует много различных подходов к толкованию понятия управленческого решения и классификации их видов. Так, управленческим решением часто понимается формализованное на альтернативной основе метод менеджмента, с помощью которого управляющая система предприятия (организации) получает возможность непосредственно влиять на управляемую.

Несколько иначе трактует понятие управленческих решений на предприятиях Л. Бляхман. Согласно его утверждению управленческое решение – это одностороннее влияние управленческой системы на объект управления, содержит формулировку цели действия и программу реализации. По мнению М. Чумаченко, управленческое решение на том или ином предприятии – это, собственно, ответы на вопросы, в какие сроки, с расходом каких сил и средств, в каком порядке, при котором распределении обязанностей, прав и ответственности, при какой организации контроля и с какими результатами должно осуществляться управляющее воздействие.

Автор отмечает, что в процессе разработки и принятия управленческих решений следует учитывать также необходимость соблюдения общих принципов управления предприятием, важнейшими из которых являются: оптимальное распределение функциональных обязанностей работников аппарата управления, рациональное делегирование полномочий и ответственности, единоначалие и коллегиальность управления, конкретность и индивидуальность ответственности, оперативность руководства, эффективность управления, а также научный характер управления.

В литературе существуют и другие толкования понятия управленческого решения и классификации их видов. Так, И.С. Завадский дает такое толкование управленческого решения: управленческое решение – это фиксированный управленческий акт, который направляет деятельность трудового коллектива в определенное русло для достижения определенных целей, поставленных перед организацией или лицом.

Принимая управленческие решения, предприятие часто действует на основе нечеткой, слабо структурированной логики, что приводит к снижению эффективности классических инструментов стратегического маркетинга и требует усовершенствования. Учитывая это, возникает объективная необходимость научного обоснования новых моделей принятия управленческих решений на предприятиях в рыночных условиях путем использования прогрессивных методов экономического анализа.

Список используемых источников:

1. Кузьмин А.Е., Мельник А.Г. Основы менеджмента. М.: Академиздат, 2015. 464 с.
2. Плоткин Я.Д., Пащенко И.Н. Производственный менеджмент. Л.: Гос. ун-т политехника, 2012. 257 с.
3. Родченко В.В., Новак В.А. Менеджмент. К.: НАУ, 2011. 400 с.
4. Русинов Ф.М. Менеджмент и самоменеджмент в системе рыночных отношений. М.: ИНФРА-М, 2016. 254 с.

5. Терещенко Э.Ю., Егорова Е.В. Инновационный менеджмент. Донецк: Юго-Восток, 2016. 162 с.

© 2016, Артамонов В.Д.

Роль принятия управленческих решений в условиях современной экономики

© 2016, Artamonov V.D.

The role of the management decision-making in the modern economy

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.035

Поступила (Received): 31.03.2016

Архипова В.А.
Развитие сельской социальной
инфраструктуры в Чувашской Республике

Arkhipova V.A.
Development of rural social infrastructure is in Chuvash Republic

В статье рассматривается современное состояние и проблемы развития сельской социальной инфраструктуры в Чувашской Республике. Анализируются основные показатели, характеризующие уровень развития сельской инфраструктуры в регионе за 2010-2014 гг.

Подчеркивается важность применения программно-целевого метода в комплексном развитии сельских территорий

Ключевые слова: аграрный сектор, сельская социальная инфраструктура, государственная программа

In the article the modern state and problems of development of rural social infrastructure are examined in Chuvash Republic. Basic indexes are analysed, characterizing the level of development of rural infrastructure in a region for 2010-2014 importance of application of programmatic-having a special purpose method is Underlined in complex development of rural territories

Key words: agrarian sector, rural social infrastructure, government program

Архипова Валентина Алексеевна

Кандидат экономических наук, доцент
Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова
г. Чебоксары, Московский проспект, 29

Arkhipova Valentina Alekseevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Chuvash state university named I.N. Ulyanov
Cheboksary, Moskovsky ave., 29

Агропромышленный комплекс является одним из важнейших секторов экономики Чувашской Республики.

По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Чувашской Республике – Чувашии, на 1 января 2014 г. в республике проживает 1240,0 тыс. человек, в том числе в сельской местности – 493,8 тыс. человек (39,8 %). Из общей численности населения Чувашской Республики трудоспособное население составляет 750,8 тыс. человек, из которых 283,9 тыс. человек (37,8 %) проживает в сельской местности.

Такой высокий удельный вес сельского населения и аграрная специализация региона обусловили приоритетность в социально-экономической политике комплексного и устойчивого развития сельских территорий [1, с.95].

Несмотря на дотационность, остаточный принцип финансирования развития социальной инфраструктуры на селе, кризисного состояния сельхозпроизводителей и резкого сокращения инвестиционной деятельности, в республике главным направлением государственной политики в аграрном секторе является устойчивое развитие сельских территорий [1, с.95].

Рассмотрим основные показатели развития сельской социальной инфраструктуры в Чувашской Республике за 2010-2014 гг. и отразим их в таблице 1.

Застройка села в последние годы качественно изменилась. Объемы строительства жилья на селе с 1996г. увеличились к 2012г. почти в 2,7 раза: с 154,8 тыс. кв. м. до 421,4 тыс. кв. м. С 2012 года наблюдается некоторое замедление темпов введения жилья. Расширилась сеть учреждений социальной сферы на селе – общеобразовательных школ – на 104,7 тыс. ученических мест, учреждений культурно-досугового типа – на 24,6 тыс. мест, районных и участковых больниц – на 6,1 тыс. мест, амбулаторно-поликлинических учреждений – на 7,5 тыс. посещений в смену, фельдшерско-акушерских пунктов – на 751 единицу. В 2013 г. были введены в строй новые школы на 1060 ученических мест, что почти в 7,5 раз больше, чем в 2011г. В системе дошкольного образования наблюдается рост числа вновь введенных учреждений. За анализируемый период число вновь введенных мест в дошкольных учреждениях увеличилось с 90 в 2010г. до 793 в 2014 г., или на 88%. В области здравоохранения мощности амбулаторно-поликлинических организаций выросли в разы – с 15 посещений в 2010г. до 1200 в 2014г.

Таблица 1. Ввод в действие жилых домов, объектов социально-культурной сферы и коммунального хозяйства в сельской местности ЧР за 1996-2012гг. (составлено по данным источника [2])

	2010	2011	2012	2013	2014
Всего введено жилых домов, тыс. кв. метров:	456,2	488,0	421,4	387,3	376,1
в том числе построенных населением за счет собственных и заемных средств	433,9	466,1	389,0	361,8	336,5
Общеобразовательные учреждения, ученических мест	-	140	340	1060	-
Дошкольные образовательные учреждения, мест	90	-	490	470	793
Мощности амбулаторно-поликлинических организаций, посещений в смену	15	65	60	720	1200
Учреждения культуры клубного типа, мест	-	-	-	351	120
Водопроводные сети, км	56,7	28,1	19,8	5,1	6,0
Канализационные сети, км	13,5	-	1,4	5,2	-
Газовые сети, км	30,5	35,5	45,4	67,9	58,0
Тепловые сети, км	-	0,1	-	0,3	-

Показателем результативности использования программно-целевого метода являются позитивные изменения в комплексном развитии сельских территорий в ходе реализации федеральной целевой программы «Социальное развитие села до 2013 года», а также подпрограммы «Автомобильные дороги» федеральной целевой программы «Развитие транспортной системы России на

2010-2020 гг.», приоритетных национальных проектов "Развитие агропромышленного комплекса", "Образование", "Здоровье", Государственной программы сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 годы, которые создали определенные предпосылки для укрепления производственного и инфраструктурного потенциала сельских территорий, способствовали повышению занятости и доходов сельского населения, решению вопросов улучшения их жилищных условий и социальной среды обитания [3].

В 2014 году республика присоединилась к реализации федеральной программы «Устойчивое развитие сельских территорий до 2020 года», в рамках которой в республику поступило из федерального бюджета 270 млн. рублей.

В результате реализации программных мероприятий значительно улучшилось инженерное обустройство жилищного фонда. В целом по республике 94% площади жилых помещений оборудовано газом, 90% – отоплением.

Важнейшим показателем благополучия социально-экономического развития села является уровень занятости экономически активного сельского населения. В настоящее время в аграрном секторе Чувашской Республики заняты 23,2 тыс. человек, в том числе в сельхозпроизводстве – 11,5 тыс. человек [4].

Одним из важнейших вопросов является уровень заработной платы работников сельского хозяйства. По данным Министерства сельского хозяйства Чувашской Республики, в сельском хозяйстве в 2015 году были обеспечены высокие темпы роста среднемесячной заработной платы – 112,0% к 2014 году. Размер среднемесячной заработной платы работников, занятых в сельском хозяйстве, охоте и лесном хозяйстве, составил 14498,4 руб. или 67,9% к среднереспубликанскому значению зарплаты в целом по экономике. При этом в целом по Чувашской Республике темп роста зарплаты в 2015 году составил 102,4% [4].

Вместе с тем можно выделить ряд проблем в аграрном секторе республики, которые остаются нерешенными:

- низкая инвестиционная привлекательность сельхозпроизводителей. В республике за последние годы наблюдается снижение объема инвестиций в сельское хозяйство почти на 18%. Доля инвестиций в сельское хозяйство в общем объеме инвестиций в экономику республики тоже остается довольно низкой – 2,8% в 2013г. против 4,2% в 2010 г.

- снижение материально-технического обеспечения из-за низкого уровня рентабельности предприятий сельского хозяйства;

- ухудшение социально-демографической ситуации на селе и др.

Дальнейшее развитие аграрного сектора экономики республики во многом будет определяться улучшением качественных характеристик трудовых ресурсов в сельской местности, повышением уровня и качества жизни на селе.

Список используемых источников:

1. Иванова Т.В., Архипова В.А. Развитие сельской социальной инфраструктуры как сферы особой ответственности государства (на материалах Чувашской Республики) // Проблемы развития АПК региона. 2015. №1. С. 94-99.

2. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>
3. О федеральной целевой программе «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014-2017 годы и на период до 2020 года». URL: <http://docs.cntd.ru/document/499034090>
4. Отчет о работе Минсельхоза Чувашской Республики в 2015 году. URL: http://gov.cap.ru/info.aspx?gov_id=16&type=main&id=3236013

© 2016, Архипова В.А.

Развитие сельской социальной инфраструктуры в
Чувашской Республике

© 2016, Arkhipova V.A.

Development of rural social infrastructure is in
Chuvash Republic

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.039

Поступила (Received): 31.03.2016

Архипова В.А., Ефремов Н.А. Зарубежный опыт развития органического сельского хозяйства

Arkhipova V.A., Efremov N.A.
Experience of development of organic agriculture

В статье рассматривается современное состояние и опыт развития органического сельского хозяйства в зарубежных странах. Приводятся сравнительные данные о состоянии рынка органики в странах Северной Европы, Канады и России. Анализируется система государственного регулирования развития органического сельского хозяйства в этих странах

Ключевые слова: органическое сельское хозяйство, государственная поддержка, стандарты, органические продукты

In the article the modern state and experience of development of organic agriculture are examined in foreign countries. Comparative data over are brought about a market of organic condition in the countries of North Europe, Canada and Russia. The system of government control of development of organic agriculture is analysed in these countries

Key words: organic agriculture, state support, standards, organic foods

Архипова Валентина Алексеевна

Кандидат экономических наук, доцент
Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова
г. Чебоксары, Московский проспект, 29

Arkhipova Valentina Alekseevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Chuvash state university named I.N. Ulyanov
Cheboksary, Moskovsky ave., 29

Ефремов Николай Александрович

Кандидат экономических наук, доцент
Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова
г. Чебоксары, Московский проспект, 29

Efremov Nikolay Aleksandrovich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Chuvash state university named I.N. Ulyanov
Cheboksary, Moskovsky ave., 29

Органическое сельское хозяйство стало интенсивно развиваться во многих странах мира в последние десятилетия как перспективное направление современного экологического агропродовольственного рынка. Мировые продажи органической продукции за последние годы выросли почти в 10 раз. По мнению экспертов ФАО, к 2020 г. производство органического продовольствия в мире увеличится на 30%, а объемы его продаж в мире могут достичь 210 млрд долл. [3].

В настоящее время около 90% всего мирового объема продаж органической продукции приходится на США (24,3 млрд. евро), Германию (7,6 млрд. евро), Францию (4,4 млрд. евро), Китай (2,4 млрд. евро), Канаду (2,3 млрд. евро), Великобританию (2,0 млрд. евро).

Около 80% всех органических земель в мире сосредоточены в 13 странах, из них 32,43 % от общей площади расположены в Австралии, 11,35% в Аргентине, 5,27 % в США, 4,78% в Бразилии, 3,76% в Китае, 2,51% в Уругвае. Россия занимает 37 место в общем рейтинге стран по площади сельскохозяйственных угодий с 144 254 га, находясь в соседстве с Эстонией и Эфиопией. Причем по сравнению с 2012 годом наблюдается снижение площади на 1997 га или 1,4% [4, с.600].

Европейские государства имеют огромный опыт в ведении органического сельского хозяйства. Большую роль в мировом производстве органической продукции среди этих стран играют Испания, Италия, Германия, Франция и Великобритания, страны Северной Европы.

Количество производителей органической продукции в мире с каждым годом увеличивается. Если в 2011 их число составляло 1,8 млн. в мире, то в 2013 уже 2 миллиона [4, с.601]. В России по данным на 2012 год насчитывалось 60 производителей органики, в 2013 году их число выросло уже до 70.

В таблице 1 приведены сравнительные показатели состояния рынка органического сельского хозяйства в некоторых странах мира в 2012 году. Как показывают данные, лидерами по уровню развития рынка органики среди рассмотренных европейских стран являются Финляндия, Швеция и Дания. Во многом это связано с государственной политикой, направленной на развитие рынка органического сельского хозяйства в этих государствах. Неплохие позиции занимает Канада. В России рынок органического сельского хозяйства находится лишь на стадии становления.

Таблица 1. Показатели развития рынка продукции органического сельского хозяйства в некоторых странах мира, 2012 г. [1, 2]

Показатели	Россия	Канада	Финляндия	Швеция	Дания	Норвегия
Площадь органических сельскохозяйственных угодий, тыс.га	146	834	198	478	195	55
Доля органических сельскохозяйственных угодий в общей площади сельскохозяйственных угодий, %	0,1	1,2	8,7	15,6	6,9	5,1
Обеспеченность населения органическими сельскохозяйственными угодьями, га/ 1000 чел	1,0	24,3	36,7	50,3	34,9	11,0
Число органических сельскохозяйственных товаропроизводителей, ед.	60	3590	4322	5601	2651	2590

Организация государственного регулирования органического рынка за рубежом включает различные направления: органическую гарантийную систему, прямую поддержку органических производителей (в переходный и последующий периоды), поддержку профильных научных исследований и образования, консультационное обслуживание и т.д.[2, с.72].

Центральное место в государственном регулировании рынка органической продукции занимает органическая гарантийная система, включающая в себя целый комплекс мероприятий по стандартизации, аттестации, сертификации, инспекции, как способов производства, так и выпускаемой продукции.

В каждой стране процесс развития и регулирования органического сельского хозяйства носит свои специфические черты и особенности.

В Финляндии первые фермы органического сельского хозяйства были созданы еще в 30-е годы прошлого столетия. Государственная поддержка агропродовольственного рынка началась через Агроэкологическую программу Финляндии, которая устанавливает схемы поддержки производителей продукции органики в переходный и послепереходный период. Стандартизацию и сертификацию продукции на рынке осуществляет Организация органического сельского хозяйства Финляндии, которая была создана в 1985 году [2, с.71].

В Швеции до 80-х гг. прошлого столетия действовали независимые фермерские организации, а в 1985 году была создана Национальная ассоциация альтернативных фермеров (ARF), которая с 1994 года известна как Ecologiska Lantbrukarna i Sverige. Единые стандарты и требования к органическим продуктам питания были разработаны организацией KRAV. В Швеции не существует национального сертификационного органа и законодательства, регулирующего органическое сельское хозяйство. Регулируется оно Министерством сельского хозяйства и соответствующим законодательством ЕС [2, с.71].

В Нидерландах с 1996 года начала действовать программа Министерства сельского хозяйства Нидерландов по поддержке органического сельского хозяйства, которая включает два направления развития рынка органики – биодинамическое и экологическое. Органическая продукция должна быть сертифицирована по стандарту частной организации Skal, которая является единственным инспекционным органом в стране.

Во Франции фермеры получают дополнительные субсидии в течение пяти лет перехода к органическому сельскому хозяйству. При этом первые два года уровень субсидий максимален (при производстве овощей, например, он составляет 511 евро в год на 1 га), следующие два года государственная поддержка сокращается в два раза (255 евро) и в последний год составляет лишь 170 евро.

В Швейцарии один из самых высоких уровней субсидий, что связано с заботой государства о местных фермерах и наличием соответствующих финансовых ресурсов. Даже после переходного периода фермеры, производящие органические продукты, получают субсидии. В частности, для производителей органических овощей размер субсидий составляет 625 евро на 1 га, в то время как в Германии данный показатель равен в среднем 500 евро на га. Годовой размер

государственных субсидий для производства продукции органического земледелия в Австрии – 600 млн. евро. Дотации на 1 га при выращивании овощей – 800 евро, на 1 га садов – 508 евро, на 1 га пашни – 327 евро [5, с.76].

Таким образом, опыт зарубежных стран по развитию органического сельского хозяйства представляет огромный интерес для развития данного направления в России. Особый интерес вызывает законодательство этих стран, регламентирующее вопросы, связанные с методами ведения органического сельского хозяйства, стандартами при переработке, основаниями для различных видов финансовой поддержки, стандартами маркировки конечной органической продукции, приобретаемой населением.

Список используемых источников:

1. Аварский Н.Д., Таран В.В., Соколова Ж.Е., Стефановский В.Г. Рынок органической продукции: современное состояние и перспективы развития // Экономика сельского хозяйства России. 2014. №5. С. 29-37.
2. Аварский Н.Д., Таран В.В., Соколова Ж.Е., Стефановский В.Г. Регулирование рынка органической продукции в странах Северной Европы // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2015. №4. С. 68-72.
3. Акимова Ю.А., Полушкина Т.М. Перспективы развития органического сельского хозяйства в России // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2-1.
URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=21274>
4. Акимова Ю.А., Полушкина Т.М. Зарубежный опыт государственного регулирования и развития органического сельского хозяйства // Экономика и социум. 2015. №3(16). С. 597-604.
URL: [http://www.iupr.ru/domains_data/files/sborniki_jurnal/Zhurnal%20_3\(16\)%202015%202.pdf](http://www.iupr.ru/domains_data/files/sborniki_jurnal/Zhurnal%20_3(16)%202015%202.pdf)
5. Серая Т.М., Касьянчик С.А., Богатырева Е.Н. Преимущества и недостатки ведения биоорганического сельского хозяйства // Органическое сельское хозяйство Беларуси: перспективы развития. Минск: Донарит, 2012. С. 74-78.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.043

Поступила (Received): 23.03.2016

Баранов А.Н., Передунова С.В.
Исследование комплексных резервов
наращивания прибыли предприятия

Baranov A.N., Peredunova S.V.
Research of complex backlogs of increase of income of enterprise

В данной статье рассматриваются основные показатели прибыли, используемой для оценки производственно-хозяйственной деятельности предприятия, такие как: валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения (бухгалтерская прибыль), чистая прибыль. Исследованы комплексные резервы использования прибыли: резерв увеличения разницы между ценой реализации товара и затратами на его производство и резерв увеличения объема производства продукции и прибыли на единицу производимой продукции

Ключевые слова: прибыль, факторы, себестоимость, затраты (издержки)

Баранов Артём Николаевич

Студент

Волгоградский государственный технический университет

г. Волгоград, пр-кт Ленина, 28

Передунова Светлана Викторовна

Кандидат экономических наук, доцент

Волгоградский государственный технический университет

г. Волгоград, пр-кт Ленина, 28

In this article the main indicators of the profit used for an assessment of production economic activity of the enterprise, such as are considered: gross profit, profit on sales, profit to the taxation (accounting profit), net profit. Complex reserves of use of profit are investigated: a reserve of increase in a difference between the price of sale of goods and costs of his production and a reserve of increase in volume of production have also arrived to unit of the made production

Key words: profit, factors, costs, expenses (costs)

Baranov Artem Nikolaevich

Student

Volgograd state technical university
Volgograd, Lenina ave., 28

Peredunova Svetlana Viktorovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Volgograd state technical university
Volgograd, Lenina ave., 28

В условиях рыночной экономики прибыль играет весомую роль в системе экономических показателей. Многоаспектное значение прибыли усиливается с переходом экономики государства на основы рыночного хозяйства. Дело в том, что предприятие любой формы собственности, получив финансовую самостоятельность и независимость, вправе решать на какие цели и в каких размерах направлять прибыль, оставшуюся после уплаты налогов в бюджет и других обязательных платежей и отчислений.

Актуальность исследования определяется тем, что изучив источники получения прибыли можно разработать научный подход к решению многих проблем, например, повысить эффективность и ответственность трудового

коллектива, достижение конечных результатов при наименьших затратах. При этом укрепление коммерческого расчета во всех звеньях производства каждого отдельного предприятия в решающей степени зависит от управления прибылью и выявления специфических резервов роста прибыли каждого отдельного хозяйствующего субъекта.

Прибыль – одна из важнейших финансовых категорий, которая отражает результат финансовой хозяйственной деятельности предприятия, т.е. ее эффективность. Являясь главной движущей силой рыночной экономики, она обеспечивает интересы государства (за счет налогов), собственников (за счет получения чистого дохода) и персонала предприятия (за счет получения заработной платы).

Основным показателем прибыли, используемой для оценки производственно-хозяйственной деятельности, выступает: валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения (бухгалтерская прибыль), чистая прибыль.

1. Валовая прибыль по экономическому смыслу близка к показателю «маржинальный доход». Она рассчитывается в виде разницы между выручкой и себестоимостью продаж

2. Прибыль от продаж – это финансовый результат от основной деятельности организации. Прибыль от продаж можно рассчитать двумя способами:

– прибыль от продаж = выручка – себестоимость продаж – коммерческие расходы – управленческие расходы;

– прибыль от продаж = валовая прибыль – коммерческие расходы – управленческие расходы.

3. Прибыль до налогообложения – сводный финансовый результат от всех видов деятельности организации. Прибыль до налогообложения (бухгалтерская прибыль) = прибыль от продаж + проценты к получению – проценты к уплате + доходы от участия в других организациях + прочие доходы – прочие расходы.

Под резервами роста прибыли понимаются количественные возможности увеличения прибыли разными способами: через увеличение объема реализации продукции; уменьшение затрат на производство и реализацию продукции; за счет совершенствования структуры производимой продукции; а также за счет экономии и рационального использования средств на оплату труда персонала; с помощью внедрения достижений научно-технического прогресса, в результате чего растет производительность труда [9]. Резервами роста экономической прибыли являются: увеличение чистой прибыли в результате расширения доли рынка, эффективности производства, оптимальное ценообразование, улучшение качества продукции, повышение использования факторов, положительно влияющих на прибыль [5].

Исследователями также выделяется такое понятие, как «комплексные резервы». Считается, что каждый комплексный резерв включает в себя как минимум два базовых элемента, изменения которых имеют разнонаправленный характер: одни могут вызвать улучшение конечного результата, другие – его ухудшение. К комплексным резервам относятся два следующих резерва:

1) резерв увеличения разницы между ценой реализации товара и затратами на его производство (суть его заключается в том, что рост цены товара опережает рост затрат на его производство, соответственно его реализация связана с повышением качества продукции с постановкой на производство новых, более совершенных моделей выпускаемой продукции; использование данного резерва приводит к увеличению прибыли от продаж единицы продукции);

2) резерв увеличения объема производства продукции и прибыли на единицу производимой продукции (данный резерв заключается в том, что, как правило, рост одного сомножителя этого произведения опережает снижение другого сомножителя, но так что конечный результат возрастает) [8].

Следует отметить, что комплексные резервы – это, в основном, резервы стратегические, так как их реализация связана с перспективой существования организации, её будущим. Решение об использовании этих резервов и выборе направления их использования, как правило, принимает высшее руководство компании.

Таким образом, поиск резервов роста прибыли, равно как и повышения эффективности использования всех видов имеющихся ресурсов – одна из важнейших задач любой хозяйственной деятельности. Выявлять и использовать данные резервы на практике можно только на основе тщательного финансового экономического анализа. Анализ финансовых результатов деятельности организации является неотъемлемой частью финансово-экономического анализа [9].

Список используемых источников:

1. Канушина И.А. Стратегическое управление прибылью // Современный бухучёт. № 6. 2010. С. 17–24.
2. Канушина И.А. Качество роста выручки как критерий оценки деятельности предприятия // Методологические и практические аспекты экономики, менеджмента и маркетинга. М.: Издательский комплекс МГУПП, 2011. С. 15.
3. Канушина И.А. Модель системной зависимости «цена – затраты – прибыль» как инструмент для принятия управленческих решений // Вопросы экономических наук. № 2 (24). 2010. С. 25–27.
4. Мантуленко В.В., Керженцева А.А. Управление прибылью предприятия // Инновационная экономика. Казань: Бук, 2014. С. 48–50.
5. Полякова И.А. Управление прибылью предприятия (на примере хлебопекарной промышленности): Издательский комплекс МГУПП, 2007.
6. Руденская И.П., Скрипка В.И. Анализ финансовых результатов // Аудит и финансовый анализ. 2013. № 1. С. 53–55.
7. Титов В.И. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. М.: Дашков и Ко, 2011.
8. Толпегина О.А. Анализ прибыли: теория и практика исследования // Экономический анализ: теория и практика. 2012. № 2. С. 35–44.
9. Хайруллин А.Г. Управление финансовыми результатами деятельности организации // Экономический анализ: теория и практика. 2011. № 10. С. 40.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.046

Поступила (Received): 31.03.2016

**Баранов С.А., Казанцева Т.А., Тарасова И.А.
Стратегическое планирование деятельности
организаций. Применение теории игр для
моделирования принятия решений**

**Baranov S.A., Kazantseva T.A., Tarasova I.A.
Strategic planning activities of the organizations.
The application of game theory for modelling decision making**

В современных рыночных условиях главным для каждого предприятия становится повышение и сохранение собственной конкурентоспособности. Достичь этого позволяет стратегическое планирование. Конкуренция выражает причинно-следственную связь между результатами развития экономики и интересами субъектов хозяйственной деятельности. В настоящее время на экономическую политику большое влияние оказывают процессы, происходящие в сфере международных финансов. Особенностью международной торговли является то, что она обслуживается разными национальными валютами. Конкуренция заставляет производителей снижать собственные производственные затраты для увеличения прибыли, повышать производительность, улучшать качество и увеличивать разнообразие предлагаемого товара. На конкурентоспособность национальной продукции на мировом рынке существенно влияет валютный курс. В статье показано применение элементов теории игр на примере двух независимых ситуаций: определение критериев оптимальности на примере покупки или продажи акций компании в зависимости от курса валют и выбор стратегии функционирования для захвата большей части рынка (позиционная игра с полной информацией). Платёжные матрицы получены методом экспертной оценки

Ключевые слова: теория игр, критерии оптимальности, позиционная игра, моделирование принятия решений, конкуренция

In the modern market conditions the main for every company it is becoming the rise and preservation of the own competitiveness. Strategic planning helps to achieve this. Competition is the relationship between economic development and interests of subjects of economic activity. Presently the processes taking place in the sphere of international finance have a strong influence on the economic policy. In the international trade use a different national currency. Competition forces makers to reduce own costs for raising profits, to increase productivity, to improve quality and increase the variety of offered goods. The exchange rate influences on competitiveness of national products on the world market. This article shows using elements of game theory on example two independent situations: the search for optimal criterions on example purchase or sale of shares of company depending on exchange rate and the choice of strategy of functioning for capture a large part the market (positional game with incomplete information). The matrix payouts were gotten by the method of expert evaluation

Key words: game theory, optimality criterion, positional game, modeling of decision making, competition

Баранов Сергей Александрович

Студент

Волгоградский государственный технический университет

г. Волгоград, пр. Ленина, 28

Baranov Sergey Aleksandrovich

Student

Volgograd state technical university

Volgograd, Lenin ave., 28

Казанцева Татьяна Александровна

Студент

Волгоградский государственный технический университет

г. Волгоград, пр. Ленина, 28

Kazantseva Tatyana Aleksandrovna

Student

Volgograd state technical university

Volgograd, Lenin ave., 28

Тарасова Ирина Александровна

Кандидат педагогических наук, доцент

Волгоградский государственный технический университет

г. Волгоград, пр. Ленина, 28

Tarasova Irina Aleksandrovna

Candidate pedagogic Sciences, Associate Professor

Volgograd state technical university

Volgograd, Lenin ave., 28

В деятельности организации важную роль играет стратегическое планирование, весомое значение в котором играет моделирование принятия решений. Под стратегическим планированием подразумевается комплекс решений, ведущий к разработке стратегий для достижения целей организации.

Так как на рынке развивается конкуренция, планирование позволяет организациям принимать верные решения, выбирать оптимальные стратегии деятельности для достижения лучших финансовых результатов и удерживать свои позиции на рынке сбыта товаров и получать наиболее высокую прибыль.

Конкуренция – борьба компаний на доступных сегментах рынка за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей.

На первый план в условиях конкуренции для каждой компании выходит задача повышения и сохранения собственной конкурентоспособности.

В настоящее время на экономику большое влияние оказывают процессы, происходящие в сфере международных финансов. Особенностью международной торговли является то, что она обслуживается разными национальными валютами.

Валютный курс – это цена валюты, выражающаяся в валютах других стран, который влияет на внешнюю торговлю и конкурентоспособность продукции на мировом рынке.

Конкуренция на рынке приводит производителей к снижению собственных производственных затрат, чтобы увеличить прибыль. Результатом является повышение производительности и качества выпускаемого товара, снижение издержек и увеличение разнообразия товара. Производители вынуждены бороться с конкурентами за покупателей на рынке сбыта путём улучшения ассортимента высококачественных товаров и услуг, предлагаемых по более низким ценам. Если рассматривать конкуренцию на валютном рынке, то на конкурентоспособность национальной продукции существенно влияет валютный курс. Изменения валютного курса представляют собой удорожание или обесценивание валюты. При удорожании курса валюты внутренние цены становятся

менее конкурентоспособными, эффективность экспорта падает. Импорт, наоборот, расширяется. При обесценивании валюты – наоборот. Эти изменения сказываются на конкурирующих компаниях на мировом рынке.

Рассмотрим критерии оптимальности для двух конкурирующих предприятий «VivestJoin» и «IndentStar» (названия предприятий выдуманы). Оба предприятия стремятся удержать свои лидирующие позиции на рынке и не уйти в убыток. При этом предприятия стараются расширить свою долю рынка, закупая акции других организаций, которые прекращают свою деятельность. Всегда есть вероятность того, что курс валюты может измениться. Такие скачки курса сказываются на организациях. Для крупных предприятий выгодно приобретать акции других организаций при уменьшении курса валюты или продавать акции при его увеличении.

Курс валюты не стоит на месте – то увеличивается, то падает. Поэтому, изменение курса может выступать в качестве «природы»: П1 – спад курса валюты; П2 – курс валюты не изменяется; П3 – увеличение курса валюты.

В качестве стратегий предприятия «VivestJoin» (VJ) выступают: VJ 1– закупать акции; VJ2 – продавать акции. В качестве стратегий предприятия «IndentStar» (IS) выступают: IS1– закупать акции; IS2 – продавать акции.

Экспертным путем можно оценить последствия применения каждой стратегии соответствующего предприятия при любом изменении курса валюты, то есть представим игры платежными матрицами:

$$VJ = \begin{pmatrix} 4 & 1 & -2 \\ -3 & 2 & 4 \end{pmatrix}, IS = \begin{pmatrix} 4 & 0 & -3 \\ -2 & 1 & 3 \end{pmatrix}.$$

Для выбора оптимальных стратегий используем критерии оптимальности, опираясь на платежные матрицы VJ и IS и на матрицы рисков. Матрицу рисков найдем по следующей формуле:

$$r_{ij} = \beta_j - a_{ij}, \text{ где } \beta_j = \max_i a_{ij}.$$

Составим матрицы рисков R_1 , R_2 для платежных матриц VJ, IS соответственно. Для этого рассчитаем β_j для каждой матрицы.

$$\text{Для VJ: } \beta_1 = \max_i a_{i1} = 4, \beta_2 = \max_i a_{i2} = 2, \beta_3 = \max_i a_{i3} = 4.$$

$$\text{Матрица рисков равна } R_1 = \begin{pmatrix} 0 & 1 & 6 \\ 7 & 0 & 0 \end{pmatrix}.$$

$$\text{Для IS: } \beta_1 = \max_i a_{i1} = 4, \beta_2 = \max_i a_{i2} = 1, \beta_3 = \max_i a_{i3} = 3.$$

$$\text{Матрица рисков равна } R_2 = \begin{pmatrix} 0 & 1 & 6 \\ 6 & 0 & 0 \end{pmatrix}.$$

Если известны вероятности p_j состояний Π_j , то используют критерий Байеса. Берется стратегия, при которой максимизируется средний выигрыш $\bar{a}_i = \sum_{j=1}^n a_{ij} \cdot p_j$, то есть $\max_i \bar{a}_i = \max_i \sum_{j=1}^n a_{ij} \cdot p_j$.

Расчеты представим в виде таблиц для предприятий (табл. 1 и табл. 2).

Таблица 1. Нахождение критерия Байеса для VJ

	П1	П2	П3	$\bar{a}_i$
VJ1	4	1	-2	2,5
VJ2	-3	2	4	-0,8
P_j	0,6	0,3	0,1	

Из таблицы 1 видно, что $\max_j \bar{a}_i = 2,5$, то есть по критерию Байеса оптимальной стратегией предприятия «VivestJoin» является VJ1.

Таблица 2. Нахождение критерия Байеса для IS

	П1	П2	П3	$\bar{a}_i$
IS1	4	0	-3	2,1
IS2	-2	1	3	-0,6
P_j	0,6	0,3	0,1	

Из таблицы 2 видно, что $\max_j \bar{a}_i = 2,1$, то есть по критерию Байеса оптимальной стратегией предприятия «IndentStar» является IS1.

Если вероятности p_j неизвестны, то используют следующие критерии оптимальности.

По критерию Вальда оптимальной стратегией будет та, при которой минимальный средний выигрыш будет максимальным, то есть $\alpha = \max_i \min_j a_{ij}$.

По критерию Вальда оптимальной стратегией предприятия «VivestJoin» будет VJ1, так как $\max_i \min_j a_{ij} = -2 = \alpha_1$. А оптимальной стратегией организации «IndentStar» – IS2, так как $\max_i \min_j a_{ij} = -2 = \alpha_2$.

По критерию Севиджа оптимальной стратегией будет та, при которой в неблагоприятной ситуации величина риска будет принимать минимальное значение, то есть $K = \min_i \max_j r_{ij}$.

Нахождение критерия Севиджа для организаций: «VivestJoin» и «IndentStar» (табл. 3 и табл. 4).

Таблица 3. Нахождение критерия Севиджа для VJ

	П1	П2	П3	r_i
VJ1	0	1	6	6
VJ2	7	0	0	7

Оптимальной стратегией организации «VivestJoin» по критерию Севиджа будет VJ1, так как $K = \min_i \max_j r_{ij} = 6$.

Таблица 4. Нахождение критерия Севиджа для IS

	П1	П2	П3	r_i
IS1	0	1	6	6
IS2	6	0	0	6

Оптимальной стратегией организации «IndentStar» по критерию Севиджа будут IS1 и IS2, так как $K = \min_i \max_j r_{ij} = 6$.

По критерию Гурвица берется значение λ от 0 до 1, чем больше нужно подстраховаться в ситуации, тем значение λ ближе к единице. Возьмем $\lambda = 0,8$ и рассчитаем величину, по которой будем выбирать оптимальную стратегию

$$H = \max_i \{ \lambda \min_j a_{ij} + (1 - \lambda) \max_j a_{ij} \}.$$

Расчеты представим в виде таблиц для предприятий (табл. 5 и табл. 6).

Таблица 5. Нахождение критерия Гурвица для VJ

	П1	П2	П3	$\min_{ij} a_{ij}$	$0,8\min_{ij} a_{ij}$	$\max_{ij} a_{ij}$	$0,2\max_{ij} a_{ij}$	h
VJ1	4	1	-2	-2	-1,6	4	0,8	-0,8
VJ2	-3	2	4	3	-2,4	4	0,8	-1,6

Из таблицы 5 видно, что $H=\max_i h_i=-0,8$, то есть оптимальной стратегией организации «VivestJoin» является VJ1.

Таблица 6. Нахождение критерия Гурвица для IS

	П1	П2	П3	$\min_{ij} a_{ij}$	$0,8\min_{ij} a_{ij}$	$\max_{ij} a_{ij}$	$0,2\max_{ij} a_{ij}$	h
IS1	4	0	-3	-3	-2,4	4	0,8	-1,6
IS2	-2	1	3	-2	-1,6	3	0,6	-1

Из таблицы 6 видно, что $H=\max_i h_i=-1$, то есть оптимальной стратегией организации «IndentStar» является IS2.

Из рассчитанных критерий можно сделать вывод, что стратегии VJ1 и IS2 являются оптимальными для двух предприятий «VivestJoin» и «IndentStar». Это значит, что для предприятия «VivestJoin» выгодно закупать акции других компаний при изменении курса валюты, особенно, когда курс идет на спад. А для организации «IndentStar» менее рискованно продавать акции при изменении курса валюты, особенно, когда курс увеличивается или не изменяется.

Рассмотрим следующий пример. Две крупнейшие промышленные компании – «VivestJoin» и «IndentStar» – находятся в постоянной конкуренции друг с другом. У каждой организации свои методы производства и сбыта товара. Из-за сложной экономической ситуации мелкие и средние компании не выдерживают тяжёлой конкуренции и уходят с рынка. Незначительная часть компаний перекупается компаниями «VivestJoin» и «IndentStar». В интересах обоих предприятий захватить эту часть рынка, чтобы стать предприятием-лидером. Одной из целей обоих предприятий является увеличение продаж и максимизация прибыли. Для этого каждая компания использует свои методы для достижения целей. Компания «VivestJoin» для достижения этих целей использует два этапа. На первом она может выбрать одну из двух альтернатив:

1. Внедрение инноваций в технологический процесс;
2. Использование инновационных технологий в экономической сфере.

Второй этап – не обязательный. «VivestJoin» разработала его на случай, если компания «IndentStar» примет какие-либо ответные действия для достижения целей. Мероприятия второго этапа представляют из себя:

1. Создание нового продукта;
2. Снижение стоимости производства.

«IndentStar» не планирует предпринимать активных действий по достижению целей, рассчитывая на качество и привлекательность своих товаров, кроме случая, если конкурирующая компания «VivestJoin» первой не предпримет активных действий. В такой ситуации у предприятия «IndentStar» есть два пути действия:

1. Разработка и выпуск нового вида продукции;

2. Модификация уже имеющейся продукции.

Представим ситуацию в виде позиционной игры. Для удобства введём псевдонимы-обозначения:

А – организация «VivestJoin»;

В – организация «IndentStap».

Первый ход делает игрок А. Он выбирает число x из множества двух чисел $\{1, 2\}$ (где $\{1, 2\}$ – альтернативы действий).

Второй ход делает игрок В. Зная выбор игрока А на первом ходе, он выбирает число y из множества двух чисел $\{1, 2\}$.

Третий ход делает игрок А. Он выбирает число z из множества двух чисел $\{1, 2\}$. При этом он знает выбор y игрока В на втором ходе, и помнит свой выбор x на первом ходе.

После игроки расплачиваются по правилу $W(x, y, z)$. Согласно мнению экспертов, функция выплат игроку А за счёт игрока В задаётся так (все значения указаны в млрд. у. е.):

$W(1, 1, 1) = 5$	$W(1, 2, 1) = 1$	$W(2, 1, 1) = 4$	$W(2, 2, 1) = 2$
$W(1, 1, 2) = 4$	$W(1, 2, 2) = 2$	$W(2, 1, 2) = -1$	$W(2, 2, 2) = 3$

Графическое представление игры показано на рисунке 1.

Рис. 1. Графическое представление игры

Поскольку игроку В известен выбор игрока А на первом ходе, то он знает, в какой из двух возможных позиций он находится, поэтому у него четыре стратегии: $B_1 - [1, 1]$, $B_2 - [1, 2]$, $B_3 - [2, 1]$, $B_4 - [2, 2]$.

Игроку А известен выбор игрока В на втором ходе, и к третьему ходу игрок А знает свой выбор на первом ходе. Поэтому выбор числа z игроку А следует связать с известным ему к третьему ходу значением y . Удобнее это сделать при помощи пары: $[z_1, z_2]$. Здесь z_1 – альтернатива, выбираемая игроком А при условии, что игрок В выбрал первую альтернативу на первом ходе, $y = 1$, а z_2 – альтернатива, выбираемая игроком А при условии, что игрок В выбрал вторую альтернативу, $y = 2$.

Чистую стратегию игрока А в данной игре можно записать так: $(x, [z_1, z_2])$. Здесь x_1 – альтернатива, которую игрок А выбирает на первом ходе, z_1 – альтернатива, которую игрок А выбирает на третьем ходе, если на первом ходе игрок В выбрал первую альтернативу ($y = 1$) и z_2 – альтернатива, которую игрок А выбирает на третьем ходе, если на втором ходе игрок В выбрал вторую альтернативу ($y = 2$).

Таким образом, у игрока А восемь чистых стратегий:

$A_1 - (1, [1, 1]), A_2 - (1, [1, 2]), A_3 - (1, [2, 1]), A_4 - (1, [2, 2]),$

$A_5 - (2, [1, 1]), A_6 - (2, [1, 2]), A_7 - (2, [2, 1]), A_8 - (2, [2, 2]).$

Теперь покажем, как определяются элементы таблицы выигрышей игрока А.

Допустим, что игрок А выбирает стратегию $A_3 - (1, [2, 1])$, а игрок В – стратегию $B_2 - [1, 2]$. Тогда $x = 1$, из $[1, 2]$ получаем, что $y = 1$ и из $[2, 1]$ – что $z = 2$. Отсюда

$$W(x, y, z) = W(1, 1, 2) = 3.$$

Аналогично вычисляются и остальные элементы. В результате получаем:

		B ₁	B ₂	B ₃	B ₄
		[1, 1]	[1, 2]	[2, 1]	[2, 2]
A ₁	(1, [1, 1])	W(1, 1, 1)	W(1, 1, 1)	W(1, 2, 1)	W(1, 2, 1)
A ₂	(1, [1, 2])	W(1, 1, 1)	W(1, 1, 1)	W(1, 2, 2)	W(1, 2, 2)
A ₃	(1, [2, 1])	W(1, 1, 2)	W(1, 1, 2)	W(1, 2, 1)	W(1, 2, 1)
A ₄	(1, [2, 2])	W(1, 1, 2)	W(1, 1, 2)	W(1, 2, 2)	W(1, 2, 2)
A ₅	(2, [1, 1])	W(2, 1, 1)	W(2, 2, 1)	W(2, 1, 1)	W(2, 2, 1)
A ₆	(2, [1, 2])	W(2, 1, 1)	W(2, 2, 2)	W(2, 1, 1)	W(2, 2, 2)
A ₇	(2, [2, 1])	W(2, 1, 2)	W(2, 2, 1)	W(2, 1, 2)	W(2, 2, 1)
A ₈	(2, [2, 2])	W(2, 1, 2)	W(2, 2, 2)	W(2, 1, 2)	W(2, 2, 2)

В соответствии с заданной функцией выплат, получим следующую матрицу выигрышей игрока А (строки соответствуют стратегиям игрока А, столбцы – стратегиям игрока В):

$$\begin{array}{c}
 \begin{array}{c} p_1 \\ p_2 \\ p_3 \\ p_4 \\ p_5 \\ p_6 \\ p_7 \\ p_8 \end{array}
 \begin{pmatrix}
 q_1 & q_2 & q_3 & q_4 \\
 5 & 5 & 1 & 1 \\
 5 & 5 & 2 & 2 \\
 4 & 4 & 1 & 1 \\
 4 & 4 & 2 & 2 \\
 4 & 2 & 4 & 2 \\
 4 & 3 & 4 & 3 \\
 -1 & 2 & -1 & 2 \\
 -1 & 3 & -1 & 3
 \end{pmatrix}
 \end{array}$$

Исключим из матрицы доминируемые стратегии (такими являются строки $p_1, p_3, p_4, p_5, p_7, p_8$). Получим:

$$\begin{array}{c}
 \begin{array}{c} p_2 \\ p_6 \end{array}
 \begin{pmatrix}
 q_1 & q_2 & q_3 & q_4 \\
 5 & 5 & 2 & 2 \\
 4 & 3 & 4 & 3
 \end{pmatrix}
 \end{array}$$

Найдём минимальные значения по строкам:

Для строки 1: $\min \{5, 5, 2, 2\} = 2$.

Для строки 2: $\min \{4, 3, 4, 3\} = 3$.

Теперь находим $\max$ из полученных минимумов:

$\max \{2, 3\} = 3$.

Дальше находим максимальные значения по столбцам.

$\max \{5, 4\} = 5$; $\max \{5, 3\} = 5$; $\max \{2, 4\} = 4$; $\max \{2, 3\} = 3$.

Минимальное из этих значений:

$\min \{5, 5, 4, 3\} = 3$.

Минимальное из максимумов равно максимальному из минимумов, поэтому матрица имеет седловую точку $v = 3$.

Таким образом, оба игрока имеют оптимальную стратегию (на пересечении строки 6 и столбца 4, так как полученное значение (цена игры, равная 3) находится именно на этой позиции): для игрока А: $A_6 - (2, [1, 2])$; для игрока В: $B_4 - [2, 2]$.

Исходя из этого, игрок А, то есть предприятие «VivestJoin», выберет вариант $x = 2$ – использование инновационных технологий в экономической сфере, игрок В, то есть предприятие «IndentStar», в ответ на действия предприятия «VivestJoin» выберет вариант $y = 2$ – модификация уже имеющейся продукции, и уже после этого «VivestJoin», приводя в действие второй этап достижения целей, выберет вариант $z = 2$ – снижение стоимости производства.

Список используемых источников:

1. Вентцель Е.С. Исследование операций: задачи, принципы, методология. М.: КНОРУС, 2010. 192 с.
2. Дубров А.М., Лагоша Б.А., Хрусталева Е.Ю. Моделирование рискованных ситуаций в экономике и бизнесе. М.: Финансы и статистика, 2000. 176 с.
3. Базылев Н.И., Базылева М.Н. Экономическая теория: учебник для вузов. М.: Современная школа, 2010. 640 с.
4. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. М.: ГНОМ, 2001. 142 с.
5. Валютно-финансовые инструменты и институты международных экономических отношений. URL: <http://bzbook.ru/Mezhdunarodnye-ekonomicheskie-otnosheniya-konspekt-lekcij-1.20.html>
6. Bazilev N.I., Bazileva M.N. Economic theory: a schoolbook for high schools. M.: Sovremennaya shkola, 2010. 640 p.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.054

Поступила (Received): 06.03.2016

Баштыгова М.Т., Кокова Б.Х.
Факторы, влияющие на динамику российских еврооблигаций на примере ОАО «Роснефть»

Bashtygova M.T., Kokova B.Kh.
Factors affecting the dynamics of the Russian Eurobonds on the example of "Rosneft"

Данная статья посвящена российским еврооблигациям и факторам, на них влияющим. Было проанализировано современное состояние российского рынка еврооблигаций. Проведен анализ эффективности размещения еврооблигаций на примере ОАО «Роснефть» и как компания отреагировала на факторы, влияющие на еврооблигации

Ключевые слова: еврооблигация, нефтегазовый рынок, долговая нагрузка, эмитент, кризис, долгосрочная политика

This article is devoted to the Russian Eurobonds and the factors influencing them. The current state of the Russian Eurobond market has been analyzed. The effectiveness of the placement of Eurobonds on the example of "Rosneft" has been analyzed and how the company responded to the factors affecting the Eurobonds

Key words: eurobonds, oil and gas market, debt burden, the issuer, the crisis, long-term policy

Баштыгова Мадина Тимирболатовна
Студент
Ростовский государственный экономический университет
г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 69

Bashtygova Madina Timirbolatovna
Student
Rostov state university of economics
Rostov-on-Don, Bolshaya Sadovaya st., 69

Кокова Бэлла Хасановна
Студент
Ростовский государственный экономический университет
г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 69

Kokova Bella Khasanovna
Student
Rostov state university of economics
Rostov-on-Don, Bolshaya Sadovaya st., 69

*Научный руководитель:
к.э.н., доц. Королевич О.П.*

Одним из самых крупных и динамично развивающихся сегментов международного фондового рынка в настоящее время является рынок еврооблигаций, наиболее объемный и развитый сектор рынка евробумаг, доля которого составляет около 90%. В конце XX в. объем торговли еврооблигациями в системе *Euroclear* превысил 12 трлн долл. [4].

Российский рынок ценных бумаг в последнее время характеризуется увеличением темпов роста долгового сегмента по сравнению с долевым, что

обусловлено трансформацией как национального финансового рынка, так и глобального финансового рынка.

Являясь одними из крупнейших поставщиков на мировом рынке энерго-ресурсов, российские нефтегазовые компании имеют ограниченные возможности контролировать цены на свою продукцию, поскольку последние зависят от конъюнктуры мирового рынка энергоресурсов, баланса спроса и предложения на рынках сбыта, социально-экономической и политической ситуации в мире и отдельных регионах, погодных условий, природных и техногенных катаклизмов. Отмеченный фактор во многом определяет динамику доходности ценных бумаг нефтегазовых компаний России.

ОАО «Роснефть» является одной из самых крупных компаний в нефтедобывающем секторе мирового хозяйства. Холдинг занимается геологоразведкой, производством и реализацией нефтепродуктов и продуктов нефтехимии как на отечественном российском рынке, так и на мировом, ведет активную добычу углеводородов (нефти и газа) [11].

Более 75 % компании ОАО НК «Роснефть» находится в собственности государства, которое рассматривает данное предприятие в качестве одного из стратегических промышленных объектов страны.

По данным отчетности компании «Роснефть» за 2015 год, произошел рост совокупной выручки от реализации продуктов на 7,8 %, что в абсолютном выражении соответствует 4192 млрд руб. Столь оптимистичные финансовые данные предприятия позволили провести в 2015 году успешные инвестиционные приобретения, синергетический эффект которых достиг 23 млрд руб. В результате реализации мероприятий, направленных на продолжение долгосрочной политики контроля над расходами, показатель прибыли до уплаты процентов, налога на прибыль и амортизации (EBITDA) был равен 1957 млрд руб. Совокупный объем чистой прибыли компании «Роснефть» в 2015 году достиг уровня 261 млрд руб.

Компания успешно погасила выпущенные в 2006 году еврооблигации на сумму 150 млн долларов, укрепив доверие к себе на международном рынке. В 2012 году произошло размещение евробондов компании ОАО «НК Роснефть» совокупным объемом 3 млрд долл. США. В рамках данного мероприятия были эмитированы два транша ценных бумаг.

У компании ОАО НК «Роснефть», по данным на апрель 2016 года, в обращении находятся пять траншей еврооблигаций:

- Роснефть-1-2016-евро (LPN). Период обращения 13.07.2006 по 18.06.2016. Объем выпуска составил 1 000 000 000 долл. Доходность находится на уровне 7,5 % годовых.

- Роснефть-1-2017-евро. Период обращения 29.11.2012 по 06.03.2017. Объем выпуска составил 1 000 000 000 долл. Доходность находится на уровне 3,15 % годовых.

- Роснефть-1-2018-евро. Период обращения 29.11.2012 по 06.03.2017. Объем выпуска составил 1 000 000 000 долл. Доходность находится на уровне 3,15 % годовых.

– Роснефть 2020 (LPN). Период обращения 27.01.2010 по 02.02.2020. Объем выпуска составил 500 000 000 долл. Доходность находится на уровне 7.250 % годовых.

– Роснефть-2-2022-евро. Период обращения 29.11.2012 по 06.03.2022. Объем размещения составил 2 000 000 000 долл. Ставка доходности равна 4,2 % годовых.

Более подробно рассмотрим данные о произведенных выпусках в таблице (табл. 1).

Таблица 1. Характеристика выпусков еврооблигаций ОАО «Роснефть»

Эмитент, номер эмиссии	Роснефть, 2016	Роснефть, 2017	Роснефть, 2018	Рос-нефть, 2020(LPN)	Роснефть, 2022 (LPN)
Вид долговых обязательств	Еврооблигации	Еврооблигации	Еврооблигации	Еврооблигации	Еврооблигации
Вид облигаций	Купонные	Купонные	Купонные	Купонные	Купонные
Статус эмиссии	В обращении	В обращении	В обращении	В обращении	В обращении
Номинал/Мин. торг. лот	100000 USD	100000 USD	100000 USD	100000 USD	200000 USD
Лот кратности	1000 USD	1000 USD	1000 USD	1000 USD	1000 USD
Объем эмиссии	1 000000000	800000000	1100000000	500000000	2000000000
Объем эмиссии по непогашенному номиналу	1000000000	800000000	1100000000	500000000	2000000000
Дата окончания размещения	13.07.2006	19.03.2007	03.10.2007	27.01.2010	29.11.2012
Ставка купона	7.50%	6.625%	7.875%	7.250%	4.199%
Периодичность выплаты купона	2 раз(а) в год	2 раз(а) в год	2 раз(а) в год	2 раз(а) в год	2 раз(а) в год
Дата начала начисления купонов	18.07.2006	19.03.2007	10.10.2007	02.02.2010	06.12.2012
Дата погашения	18.07.2016	20.03.2017	13.03.2018	02.02.2020	06.03.2022
Рейтинг эмитента при размещении (М/S&P/F)	Baa2/BB+/BBB-	Baa2/BB+/BBB-	Baa2/BB+/BBB-	Baa2/BBB-/BBB-	Baa1/BBB-/BBB
Листинг	Люксембургская ФБ	Люксембургская ФБ	ОАО Московская Биржа,	Люксембургская ФБ	Ирландская ФБ
Торговая площадка, котировальный лист	ОАО Московская Биржа,	ОАО Московская Биржа,	Люксембургская ФБ	ОАО Московская Биржа,	ОАО Московская Биржа,
Дата последнего обновления эмиссии в базе	05.03.2015	05.03.2015	05.03.2015	05.03.2015	19.12.2014

Как мы видим, ОАО «Роснефть» в выборе валюты выпуска еврооблигаций предрасположена к долларам США. Внимание также привлекает и постоянность

в выборе места для листинга и торговой площадки. ОАО «Роснефть» не единственная компания, чьей «любимицей» оказалась Люксембургская фондовая биржа. Дело в том, что при подготовке проспекта эмиссии его создатели в основном ориентируются на стандарты международного финансового рынка и требования биржи, на которой предполагается осуществлять листинг. Чаще всего российские компании выбирают для этого Лондонскую или Люксембургскую фондовые биржи, где правила листинга и ставки пошлин не столь обременительны.

Что же касается общего анализа еврооблигаций, то рассмотрим общие сведения и динамику торгов одного из вышеуказанных выпусков. Для такого анализа объектом исследования определим еврооблигации с погашением в 2017 году. (см. табл. 2)

Таблица 2 – Анкета выпуска еврооблигаций ОАО «Роснефть» с погашением в 2017 году, серия 1[12]. Данное размещение считается наиболее успешным по сравнению с выпусками евробондов других российских коммерческих организаций. На основании статистики можно говорить о том, что заинтересованность инвесторов еврооблигациями ОАО НК «Роснефти» была аналогичной той, которую они продемонстрировали относительно выпущенных в марте 2012 суверенных еврооблигаций России. В результате большого спроса со стороны инвесторов, который составил 25 млрд. долл. от 600 заинтересованных лиц, «Роснефти» удалось разместить свои евробонды по наименьшей ставке.

Данные транши были использованы для финансирования сделки по покупке 100% акций ТНК-ВР.

Еврооблигации Роснефть-1-2017-евро размещены 29.11.2012 сроком на пять лет. Размер эмиссии составляет 1 млрд. долл. Примечательно, что инвесторы имеют право предъявить данные бонды к досрочному погашению. По облигациям предусмотрена периодичность выплат купонов два раза в год. Всего облигации имеют 9 купонных периодов с размером купона 3,149 % годовых. Страна выпуска – Ирландия.

Проследим также динамику цен еврооблигаций исследуемого выпуска (см. рис. 1) [8].

У данного выпуска наблюдается резкий спад цены в начале 2015 года. Интересен и тот факт, что данный резкий упадок наблюдается у всех выпусков еврооблигаций данной компании. Это говорит о непосредственном влиянии макроэкономической конъюнктуры на данный сегмент рынка. Общеизвестен тот факт, что с конца 2014 года по сей день, валютный курс крайне нестабилен. Самые динамичные скачки курса рубля по отношению к мировым валютам пришлось на январь 2015 года, чем и объясняется данная ситуация с динамикой цен еврооблигаций нефтяной компании.

Тем не менее, нельзя сказать, что Роснефть под влиянием таких негативных факторов сдала позиции и «затерялась» на рынке еврооблигаций. Напротив, доходность еврооблигаций ОАО «Роснефть» с погашением в марте 2022 года подскочила до рекордного уровня на фоне решения Третьей инстанции в Гааге по делу НК «Юкос».

Источник: <http://ru.cbonds.info/>

Рис. 1. График динамики цен по -1-2017-евро

Ставка по бумагам поднималась на 31 базисный пункт до 6,98 процента, или максимального уровня после размещения в ноябре 2012 года, а к 17:35 мск составила 6,88 процента. Доходность бондов крупнейшей нефтяной компании России с погашением в марте 2017 года выросла на 48 базисных пунктов до 5,14 процента, или самого высокого уровня с начала мая. Однако, и такие рекордные показатели не смогли снять давление на еврооблигации Роснефти с учетом геополитических рисков и ожидания новых санкций Евросоюза [10].

Стоит отметить, что еврооблигации «Роснефти», исходя из одной только их сущности, подвержены влиянию ситуации, сложившейся на еще летом 2014 года и не урегулированной до конца на данный момент. Данное изречение подтверждается тем фактом, что «Роснефть» реализует свою продукцию в нефтегазовом секторе – основа нынешнего кризиса. Вторым ключевым моментом выделим тип ценной бумаги, который рассматривается в данной статье, – еврооблигации, – ценные бумаги, являющиеся непосредственно связующим звеном в международной экономике и финансовой базой их эмитента. А третьим, заключительным фактом, можем определить санкции. Против компании «Роснефть» были выдвинуты санкции США. Однако оценка их влияния не может быть однозначной, почему считаем рациональным обратиться к мнениям экспертов.

Роснефть среди российских компаний нефтегазового сектора имеет самую высокую долговую нагрузку, отмечают эксперты инвестбанка [6]. Между тем, денежные потоки компании высокие, поэтому, скорее всего, проблем с рефинансированием в ближайший год-полтора не будет. На балансе у Роснефти уже находится около \$20 млрд предоплаты от Китая, напоминает аналитик Raiffeisenbank Андрей Полищук. По его мнению, которое публикует ИТАР-ТАСС, с учетом генерации денежного потока, а также дальнейших предоплат по экспортным контрактам, Роснефть сможет покрыть все свои финансовые обязательства – инвестпрограмму, дивиденды и долги до 2018 г. включительно.

Новые санкции против «Роснефти» ударят по ее американским акционерам и банковским партнерам, заявил президент компании Игорь Сечин. При этом компания продолжит сотрудничать с ExxonMobil. «Мы сейчас консультируемся с юристами Exxon и ожидаем, что это решение не повлияет на реализацию наших проектов», – сказал он (цитата по Интерфаксу) [6].

Что же касается непосредственной связи между динамикой цен на нефть и ценами еврооблигаций, то рассмотрим данные показатели и выявим при возможности взаимосвязанную закономерность.

Согласно официальным сводкам, стоимость барреля нефти в 2015 году изменялась следующим образом:

Рис. 2. Динамика цен на нефть в 2015 г. [7]

По графику видно, что в апреле 2015 года наблюдается самый высокий уровень цены нефти Brent за 2015 год и составила \$65,63 за баррель. Это самый высокий уровень с декабря 2014 г. Нефть подорожала на фоне нестабильности на Ближнем Востоке (авиаудары Саудовской Аравии по Йемену), падения добычи в США. Добыча нефти вместе с газовым конденсатом в России в I квартале выросла на 1,1% до 131,5 млн т (10,707 млн баррелей в сутки), что послужило причиной тому, что компания «Роснефть» снизила добычу на 1% до 46,8 млн т. На нее приходится почти 40% общероссийской добычи.

В конце декабря мировые цены на нефть упали до одиннадцатилетнего минимума: стоимость нефти марки Brent впервые с 2004 года ушла ниже отметки в 36,2 доллара за баррель.

Как же такие колебания отразились на котировке рассматриваемых еврооблигаций? Начатый способ визуализации данных поможет определить взаимосвязь между данными представленных графиков. Для этого обратимся к Рисунку 1, где прослеживается динамика котировки выпуска еврооблигаций Роснефти с погашением в 2017 г.

Сопоставив данные графиков, можем прийти к выводу, что несмотря на нестабильность на нефтегазовом рынке и падение цен на нефть, еврооблигации компании «Роснефть» относительно не пострадали.

Что касается места среди других компаний в 2015 году, «Роснефть» находится среди ста самых крупных компаний мира в рейтинге Global 2000 журнала Forbes вместе с «Газпромом». Газовая и нефтяная российские компании занимают 27 и 59 места соответственно. Общий доход «Газпрома» составил \$158 млрд, прибыль – \$24,1 млрд, активы – \$356 млрд, капитализация – \$62,5 млрд. Активы «Роснефти» стоят \$150 млрд, общий доход – \$129 млрд, прибыль – \$9 млрд. [13]

Порядок предпочтений среди российских нефтегазовых компаний, согласно отчету Credit Suisse [14], который сравнил перспективы акций ведущих предприятий отрасли, был изменен на следующий: Роснефть > Лукойл > Газпром. Данная расстановка сил объясняется тем, что Credit Suisse, в частности, обращает внимание на высококлассный портфель добывающих активов Роснефти и неукоснительное стремление к сокращению затрат.

При этом компании успешно удается решать вопросы долгов, которые в последнее время считались ключевыми рисками для инвесторов. Несмотря на существовавшие опасения, что компания не сможет обслуживать взятые на себя обязательства из-за изменившейся внешней конъюнктуры, в 2014/2015 году Роснефть успешно рефинансировала 36 млрд долларов. А в 2016/2017 годах ей предстоит рефинансировать еще 25 миллиардов, что, как считают в Credit Suisse, задача вполне выполнимая. Поэтому соотношение риска и возможных преимуществ у Роснефти выглядит, по мнению аналитиков, значительно лучше, чем у того же Лукойла.

Похожие выводы содержатся и в отчетах экспертов Morgan Stanley, Raiffeisenbank и Goldman Sachs. Все они обратили внимание на способность Роснефти генерировать стабильно высокий свободный денежный поток и эффективно справляться с долговой нагрузкой, т.е. они отметили, что Роснефть более заметно и более эффективно отреагировала на ухудшение внешнеэкономической среды.

Результаты деятельности компании за 9 месяцев 2015 года показали, что Роснефти удалось сократить свои эксплуатационные затраты более быстрыми темпами, чем Лукойл.

Более того, бумаги Роснефти ведущие инвесторы уже рекомендуют не просто «Держать», но и «Покупать», что означает, что крупнейшей нефтяной компании России удалось полностью приспособиться к изменившейся внешнеэкономической среде. Инвесторы стали больше обращать внимание на устойчивость чистого денежного потока компаний, портфель добывающих активов, работу менеджмента по сокращению затрат и т.д., для прогнозирования размеров дивидендов.

И хотелось бы отметить, что несмотря на сложную ситуацию на рынке, глобальные инвестиционные банки дают позитивные прогнозы относительно акций российских нефтяных компаний. По этим показателям Роснефть выглядит значительно лучше конкурентов.

Список используемых источников:

1. Федеральный закон «О валютном регулировании и валютном контроле» от 10.12.2003 № 173-ФЗ (ст. 1).
2. Бобров Д. Еврооблигации – как это сделано на РТС // РЦБ. 2013. № 16. С. 44-46.
3. Лахно Ю.В. Рынок облигаций российских нефтегазовых компаний // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2014. №1. С. 111-117.
4. Новожилова Т.Н. Современные инструменты привлечения иностранных инвестиций // Вестник Нижегородского института управления. 2012. №7. 3 с.
5. Рынок еврооблигаций. М.: Дело, 2011.
6. URL: <http://bcs-express.ru/>
7. URL: <https://news.yandex.ru/quotes/1006.html>
8. URL: <http://ru.cbonds.info/>
9. URL: <https://ru.wikipedia.org>
10. URL: <http://www.finanz.ru/>
11. URL: <http://www.rosneft.ru/>
12. URL: <http://www.rusbonds.ru/>
13. URL: <https://jenkers.com/ru#!t=6191117>
14. URL: <http://expert.ru/2016/03/22/inostrannyye-investoryi-rekomenduyut-pokupat-aktsii-rosnefti/>

© 2016, Баштыгова М.Т., Кокова Б.Х.

Факторы, влияющие на динамику российских еврооблигаций на примере ОАО «Роснефть»

© 2016, Bashtygova M.T., Kokova B.Kh.

Factors affecting the dynamics of the Russian Eurobonds on the example of "Rosneft"

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.062

Поступила (Received): 01.03.2016

**Беляева М.А., Агафонова Ю.О.,
Барычева П.П., Бакеев Д.А.
Моделирование производственных и технико-
экономических затрат линии по переработке мяса**

**Belyaeva M.A., Agafonova Yu.O., Barycheva P.P., Bakeev D.A.
Modeling of production and techno-economic
cost lines for meat processing**

В работе определена классификация мясных полуфабрикатов, приведено описание технологического процесса, модель производственных затрат и функционирования поточно-механизированной линии (ПМЛ) по переработке мяса и мясных полуфабрикатов. Это дало возможность оптимизировать работу линии и выработать соответствующие рекомендации для предпринимателей в отрасли мясной промышленности

Ключевые слова: поточно-механизированные линии, оптимизация мясного производства

In this publication we describe the classification of meat products, also we give the description of the technological process, the model of production expenses and functioning of flow-mechanized line (PML) for the production of meat products. This made it possible to optimize the work of the line, make appropriate recommendations for the entrepreneurs in the sector of the meat industry

Key words: flow-mechanized lines, optimization of meat production

Беляева Марина Александровна

Доктор технических наук, профессор
Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова
г. Москва, Стремянный переулок, 36

Belyaeva Marina Aleksandrovna

Doctor of Technical Sciences, Professor
Russian university of economics
named G.V. Plekhanov
Moscow, Stremyanny lane, 36

Агафонова Юлия Олеговна

Студент
Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова
г. Москва, Стремянный переулок, 36

Agafonova Yuliya Olegovna

Student
Russian university of economics
named G.V. Plekhanov
Moscow, Stremyanny lane, 36

Барычева Полина Петровна

Студент
Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова
г. Москва, Стремянный переулок, 36

Barycheva Polina Petrovna

Student
Russian university of economics
named G.V. Plekhanov
Moscow, Stremyanny lane, 36

Бакеев Дмитрий Александрович

Студент
Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова
г. Москва, Стремянный переулок, 36

Bakeev Dmitry Alexandrovich

Student
Russian university of economics
named G.V. Plekhanov
Moscow, Stremyanny lane, 36

Производство и потребление мяса и мясных продуктов по данным аналитиков в России ежегодно увеличивается. Анализа рынка замороженных мясных полуфабрикатов в России за 2010 по 2014 г продажи замороженных мясных полуфабрикатов выросли на 61,5%: с 1,0 до 1,6 млн т., наиболее интенсивный рост пришелся на 2011 и 2012 гг.: продажи продукции выросли на 21,5% и 18,4% к уровню предшествующего года соответственно, в 2013 и 2014 гг. темп роста продаж снизился, в 2014 г он составил 4,1% к уровню предшествующего года.

Российский рынок замороженных полуфабрикатов в целом несколько лет подряд показывал высокие темпы роста, что обусловлено такими факторами, как общая тенденция к увеличению потребления мясопродуктов вследствие роста благосостояния населения, а также стремление к экономии времени на приготовление пищи. Уровень потребления мясных полуфабрикатов в России составляет 8 или 9 кг на 1 человека/в год.

Наиболее крупными составляющими рынка являются пельмени и замороженные мясные полуфабрикаты. На их долю приходится большая доля продаж всех замороженных продуктов. Пельмени остаются самым крупным сегментом замороженной продукции. Во многом это дань традициям и результат народной любви к исконно русскому продукту. Тем не менее за последний год рынок пельменей уже не показывает положительную динамику среди полуфабрикатов [2-6].

Вторым по популярности видом замороженной продукции после пельменей являются мясные полуфабрикаты. К ним относятся котлеты, шницели, фрикадельки, тефтели, бифштексы, наггетсы, кордон блё и другие продукты и полуготовые блюда. Самая емкая категория сегмента – котлеты: на их долю приходится больше половины всех продаж.

Производство котлет – очень кропотливый процесс, который строго контролируется специалистами на каждом этапе. Для того чтобы котлеты были вкусными, мясо должно быть не только качественным, но и свежим. Поэтому многоэтапный контроль является обязательным ежедневным мероприятием. На каждую партию мяса поставщик должен предъявить ветеринарные документы [8,11].

Рис. 1. Экранная форма, отражающая этапы производственного процесса, с учетом выбранных параметров производительности аппаратов и циклов, построенные в имитационной системе AnyLogic

Технологический процесс производства замороженных полуфабрикатов состоит из следующих этапов: подготовка сырья; измельчение мяса в мясорубке; изготовление фарша в фаршемешалке; формирование полуфабрикатов; хранение и реализация.

Первым этапом производственного процесса является обвалка – процесс отделения мышечной ткани от кости. Туши, полутуши, четвертины перед обвалкой подлежат осмотру ветеринарным врачом и только с его разрешения их применяют для переработки. Перед сдачей на разделку и обвалку мясо взвешивают по категориям, затем срезают клейма, за исключением нанесенных пищевой розовой краской. Полутуши обычно поступают в переработку без вырезки. Жилровка мяса производится после обвалки и заключается в выделении из него грубой соединительной ткани (сухожилий, фасций, связок и др.) и жировой ткани, мелких костей, хрящей, крупных кровеносных сосудов, лимфатических узлов и кровяных сгустков. Далее подготовленное мясо поступает в мясорубки для измельчения. Затем приступают к созданию фарша – смесь компонентов, предварительно подготовленных количествах, соответствующих рецептуре. Равномерное распределение ингредиентов, его структурно-механические свойства, водоудерживающая эмульгированная способность зависят от условий перемешивания и измельчения от последовательности загрузки емкостей. Приготовление фарша осуществляется в мешалках периодического действия или фаршеприготовительных агрегатах непрерывного действия. Приготовленный фарш сразу направляют на формование полуфабриката. Даже непродолжительная выдержка фарша нежелательна из-за возможного увеличения бактериальной [8,11] обсемененности.

После придания формы готовому продукту, котлеты подвергаются шоковой заморозке. Далее их фасуют и отправляют в камеру для хранения.

Данный производственный процесс можно организовать за достаточно небольшой срок, который составляет около 2 месяцев. Многие отечественные предприятия специализируются на производстве оборудования для изготовления полуфабрикатов. Поэтому начинающий предприниматель имеет широкий выбор приобретения технологической линии. Используемое оборудование характеризуется простотой эксплуатации, также как и сама технология производства.

К основным преимуществам такого производства можно отнести возможность быстрого реагирования на потребности рынка. При этом в перенастройке оборудования нет необходимости, равно как и в осуществлении прочих глобальных изменений в работе цеха.

В процессе планирования заводов сегодня участвует множество специалистов, каждый из которых имеет свое видение, что необходимо проверить и учесть в будущем производстве. Основным же вопросом всегда остается сокращение затрат на производство. Производители работают над новыми технологиями обработки продуктов, разрабатывают оригинальные рецептуры и упаковку, расширяют ассортимент, продумывают вопросы хранения и транспортировки товаров.

Имитационное моделирование широко используется в производстве для решения различных проблем от оптимизации промежуточных процессов до стратегического управления [7-11].

Оптимизация 1 : Optimization

Рис. 2. Экранная форма графических зависимостей по оптимизации технологических параметров процесса (имитационная система AnyLogic)

С помощью имитационной платформы AnyLogic можно осуществить оптимизацию работы производственной линии по сокращению отходов на стадии подготовки сырья, что позволяет анализировать не только конкретный процесс, но и систему производства в целом, что дает возможность проверить капиталоемкость той или иной стратегии управления.

Как показал анализ результатов, на представленном выше рисунке 2 программа автоматически высчитывает параметры оптимизации: производительность первых двух циклов (обвалка и жиловка). В оптимизационном эксперименте за экстремумы были приняты минимизация времени T1, при этом задаются D1 и D2. Программа определила наилучшие значения D1=400 и D2=300 вместо заданных ранее 600 и 360 соответственно.

С экономической точки зрения, это программа очень хороша тем, что с помощью нее мы искусственно, а не в реальных условиях, можем варьировать определенные параметры и тем самым находить наиболее оптимальные значения. Так минимизация времени целого цикла производства или времени на отдельную операцию помогает сэкономить затраты на электроэнергию, увеличить скорость получения полуфабрикатов и улучшить качество выпускаемой продукции. Стоит заметить, что с помощью программы можем задавать цикл смены параметров, т.е. шаг между ними. Таким образом, на графике это время и производительность машин. Также можно изменять приход товара, его частоту и находить оптимальное количество.

Выводы. Предложен вариант использования имитационного моделирования для разработки оптимальных технологических параметров линии по переработке мяса. Разработанная модель в этой проблемной области позволяет

анализировать и усовершенствовать систему производства. Виртуальный проведенный машинный эксперимент с использованием модели, избавляет от необходимости проведения опытов в реальной жизни и не мешает работе производства, наоборот, на основе имитации технологического процесса проводить оптимизацию с дальнейшим внедрением и практической реализации

Список используемых источников:

1. ГОСТ Р 52675-2006. Полуфабрикаты мясные и мясосодержащие. Общие технические условия.
2. Рынок мясных полуфабрикатов в России – 2015. Показатели и прогнозы // TEBIZ GROUP. 2015.
3. Рынок мяса в России – 2015. Показатели и прогнозы // TEBIZ GROUP. 2015.
4. Анализ рынка замороженных мясных полуфабрикатов в России в 2010-2014 гг // BusinesStat. 2015.
5. Данные Федеральной службы государственной статистики.
6. Беляева М.А. Имитационное моделирование социально-экономических систем для поддержки принятия решений // Пищевая промышленность. 2011. № 4. С. 86-87.
7. Беляева М.А. Системный анализ технологий и бизнес-процессов в мясном производстве. М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2015. 384 с
8. Беляева М.А. Моделирование систем. Ч. 1. М.: МГУП, 2012.

© 2016, Беляева М.А., Агафонова Ю.О.,
Барычева П.П., Бакеев Д.А.
Моделирование производственных и технико-
экономических затрат линии по переработке
мяса

© 2016, Belyaeva M.A., Agafonova Yu.O.,
Barycheva P.P., Bakeev D.A.
Modeling of production and techno-economic
cost lines for meat processing

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.067

Поступила (Received): 24.03.2016

Бусоян С.С.
Диссонанс предпосылок и последствий
мегарегулирования на финансовых рынках

Busoyan S.S.
Dissonance prerequisites and consequences
of mega-regulation of the financial markets

В статье рассмотрены основные предпосылки и последствия внедрения системы мегарегулирования на российском финансовом рынке. Обобщены причины и сложившаяся негативная практика передачи единых функций регулирования и надзорных функций Центральному Банку России

Ключевые слова: мегарегулятор, ЦБ РФ, финансовый рынок

The article deals with the basic preconditions and consequences megaregulirovaniya implementation of the system on the Russian financial market. Summarizes the reasons and the prevailing negative practice uniform transmission functions of control and supervision functions of the Central Bank of Russia

Key words: mega-regulator, Central Bank, financial market

Бусоян Самвел Саркисович

*Кандидат экономических наук, доцент
Академия труда и социальных отношений
г. Екатеринбург, ул. Шаумяна, 83*

Busoyan Samvel Sarkisovich

*Associate Professor
Academy of labour and social relations
Ekaterinburg, Shaumyan st., 83*

В начале этого десятилетия Правительство РФ сменило ориентиры регулирования финансового рынка в стране. Целевым ориентиром выступило создание мегарегулятора, т.е. единого регулирующего органа с всеобъемлющей полнотой полномочий в данной сфере [6, с. 19]. В российской практике таким органом выступил Центральный Банк РФ.

Отметим, что опыт функционирования мегарегулятора оказался негативным, а сама идея оказалась на грани провала. Причины этому очень просты: неверная оценка предпосылок; ложные обоснования необходимости; недостатки реализации и т.д.

Одной из предпосылок, мотивирующих к созданию мегарегулятора, выступило патологическое стремление чиновников к иностранному заимствованию.

В настоящее время такой финансовый мегарегулятор существует в Великобритании, в Дании и Исландии, в Японии и Корее, Норвегии, Швеции, Венгрии и Латвии. В тоже время, если рассматривать мировую практику, то окажется что очень много различных моделей регулирования существует в мире, а по системе мегарегулирования функционируют единицы.

Например, в европейском Союзе существует почти такое же количество моделей, сколько стран-членов ЕС. Что является серьезной проблемой, поскольку в данном случае сложно решить вопросы гармонизации. Особенно нужно учитывать, что при этом совершенно невозможно утверждать, какая модель будет правильнее для всех членов ЕС.

Будем смотреть шире и дальше, тогда мы увидим, что не всегда так называемое «мегарегулирование» функционирует по образу единого государственного органа. В большинстве случаев система мегарегулирования является вертикально-построенной регулятивной структурой из нескольких властно подчиненных мегарегулятору государственных ведомств и департаментов [4, с. 144]. По сути, такая структура не сильно отличает систему мегарегулирования от имевшейся в России горизонтальной регулятивной системы представленной целой когортой государственных органов [5, с. 38].

Еще одной ложной предпосылкой создания мегарегулятора явилось стремление к эффективному управлению всей финансовой отраслью, а также совершение максимально полезно для развития финансового рынка действий. Для этого такой институт должен был предпринимать действия направленные на упорядочение и унификацию в сфере финансовых услуг. В итоге Россия получила карательный орган, эффективность которого определяется количеством отозванных лицензий.

Не редко отмечают, что деятельность предыдущих органов, которые регулировали финансовые рынки, базировалась на заложенной традиции совмещения нормотворчества и надзорных полномочий, что отрицательно могло сказываться на качестве выполнения всего спектра указанных полномочий [1, с. 23]. Однако опыт разделения этих функций показывает негативный эффект. В данном случае ярким примером выступает ситуация, когда Министерство Финансов в пылу борьбы за власть забрало нормотворческие функции ФСФР. В результате данной ситуации ничем положительным для финансового рынка это не закончилось.

Также, одной из предпосылок создания мегарегулятора было то, что надзор строился в основном по принципу соблюдения участниками рынка стандартов профессиональной деятельности [2, с. 211]. В частности, контролировались вопросы взаимоотношения финансовых институтов с клиентами, правильность проведения операции и т.д. значимым и единственным показателем финансовой устойчивости финансовых институтов являлся размер собственных средств, не привязанный к размеру клиентских средств или к собственному риску финансовых институтов [3, с. 23]. Однако, создание мегарегулятора никоим образом не изменило систему регулирования, изменились только методы выполнения надзорных функций и восстановления законности. В остальном остались те же критерии и те же величины.

Последний предпосылкой, которая вызывает наибольшее возмущение, было то, что создание мегарегулятора позволит существенно сократить чиновничий аппарат и повысить профессиональный уровень его сотрудников [8, с. 90]. Однако на первых порах сокращение чиновников оказалось незначительным, а

последние тенденции указывают на то, что вероятнее всего аппарат окажется еще больше предыдущего.

Если окинуть взглядом текущее состояние финансового сектора, особенно в части государственного регулирования и его функционирования, то мы увидим что он находится в весьма плачевном состоянии. Начиная с 90 годов прошлого века финансовое регулирование находится в затяжной череде реформы и реструктуризации. Одни государственные органы приходят на смену другим, упразднение старых сменяется учреждением новых. При этом не меняется не система регулирования, не низкое качество чиновничьего аппарата, но существенно тяжелеет бремя финансовых институтов осуществляющих профессиональную деятельность на финансовом рынке. В банковской отрасли политика Центрального Банка серьезно подкосила учрежденное ранее систему страхования вкладов. В сфере фондового рынка политика Центрального Банка привела к серьезным количественным сокращениям. Таким образом получается, что негативные эффекты от создания мегарегулятора на лицо, а позитивные ожидания видятся лишь в перспективе.

При оценке дальнейших перспектив регулирования, прежде всего, нам необходимо учитывать то, что Россия нуждается в интеграции с соседними странами, а она невозможна без унификации финансового регулирования [7, с. 187]. Однако на территории соседних государств нет системы мегарегулирования и к этому нет даже предпосылок.

Список используемых источников:

1. Головченко Р.А. Мегарегулирование на финансовых рынках // Устойчивое развитие: экономика политических процессов. Екатеринбург: Изд. УРФУ, 2012. 432 с.
2. Головченко Р.А. Проблемы развития финансового рынка // Экономика и право: вопросы теории и практики. Омск: ОмЭИ, 2013. С. 211-215.
3. Головченко Р.А. Центральный Банк как финансовый мегарегулятор: опыт первых лет // Экономика и право. 2012. №5. С. 22-25.
4. Школик О.А. Развитие национального финансового рынка в процессе интеграции российской экономики в мировое экономическое пространство // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2013. № 7-2. С. 144-149.
5. Школик О.А. Россия в ВТО: будущее финансового сектора национальной экономики // Проблемы современной экономики (Новосибирск). 2014. № 22-1. С. 36-41.
6. Школик О.А. Финансовые рынки и финансово-кредитные институты. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. 288 с.
7. Школик О.А. Институты коллективных инвестиций в спектре развития Евразийского Экономического Союза // Современные фундаментальные и прикладные исследования. 2016. № 1 (20). С. 186-190.
8. Юрак Б.Г., Головченко Р.А. Перспективы создания мирового финансового центра России // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. № 4. С. 87-93.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.070

Поступила (Received): 24.03.2016

Воробьев С.В., Максименко В.А., Дмитриев И.В. Вопросы учета основных средств

Vorobiev C.V., Maksimenko V.A., Dmitriev I.V.
The questions of fixed assets accounting

В статье рассматриваются вопросы учета основных средств на примере ОАО «Рощинское» Чаплыгинского района Липецкой области
Ключевые слова: основные средства, амортизация, учетная политика, учет, стоимость, оценка, аудит

The article deals with the questions of fixed assets accounting on the example of "Roshinsky" Chaplyginsky district of Lipetsk region
Key words: fixed assets, amortization, accounting policies, account, cost, assessment, audit

Воробьев Сергей Владимирович

Кандидат экономических наук, доцент
Воронежский государственный аграрный университет им. императора Петра 1
г. Воронеж, ул. Мичурина, 1

Vorobyev Sergey Vladimirovich

Candidate of Economics Sciences, Associate Professor
Voronezh state agrarian university named the emperor Peter I
Voronezh, Michurin st.,1

Максименко Валентина Анатольевна

Магистрант
Воронежский государственный аграрный университет им. императора Петра 1
г. Воронеж, ул. Мичурина, 1

Maksimenko Valentina Anatolyevna

Master
Voronezh state agrarian university named the emperor Peter I
Voronezh, Michurin st.,1

Дмитриев Иван Валентинович

Магистрант
Воронежский государственный аграрный университет им. императора Петра 1
г. Воронеж, ул. Мичурина, 1

Dmitriev Ivan Valentinovich

Master
Voronezh state agrarian university named the emperor Peter I
Voronezh, Michurin st.,1

В современных условиях хозяйствования предприятия должны уделять особое внимание учету основных средств. В результате введения международных санкций, роста цен на средства труда и материальных условий процесса труда, падения платежеспособного спроса населения и других причин, снижается эффективность использования основных средств предприятия и все это разрушительно сказывается на сельскохозяйственном производстве. Кроме того, основные средства в условиях рыночной экономики, жесткой конкурентоспособности между производителями подвергаются постоянной переоценке, осуществление которой невозможно без достоверного, оперативного и точного бухгалтерского учета и отчетности по основным средствам.

Объектом исследования является ОАО «Рощинское» Чаплыгинского района Липецкой области. Организация, являющаяся зарегистрированным юридическим лицом Российской Федерации, имеющая самостоятельный баланс и занимающаяся производственной деятельностью.

Отличительной особенностью основных средств является их многократное использование в процессе производства, сохранение первоначального внешнего вида (формы) в течение длительного периода. Под воздействием производственного процесса и внешней среды они снашиваются постепенно и переносят свою первоначальную стоимость на затраты производства в течение нормативного срока их службы путем начисления износа (амортизации) по установленным нормам.

Начиная с 2001 года, пунктом 4 ПБУ 6/01 сформулированы четыре условия, единовременное выполнение которых позволяет относить активы предприятия для целей бухгалтерского учета к основным средствам.

1) Использование в производстве продукции при выполнении работ или оказании услуг либо для управленческих нужд организации.

Использование объектов основных средств в хозяйственной деятельности является одним из основных условий для включения предметов в состав основных средств. Однако, даже если активы не участвуют в производственном либо управленческом процессе непосредственно, возможность такого участия в будущем позволяет причислить последние к основным средствам.

2) Использование в течение длительного времени, т.е. срока полезного использования, продолжительностью свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев.

Стоимостной критерий отнесения активов к объектам основных средств отменен. Поэтому к основным средствам относятся предметы вне зависимости от их стоимости, срок полезного использования которых или операционный цикл превышает один год [5].

Сроком полезного использования можно считать период времени, в течение которого имущество способно приносить доход. Согласно п.20 ПБУ 6/01 срок полезного использования объектов основных средств определяется исходя из:

- ожидаемого срока использования этого объекта в соответствии с ожидаемой производительностью или мощностью;
- ожидаемого физического износа, зависящего от режима эксплуатации (количества смен), естественных условий и влияния агрессивной среды, системы проведения ремонта;
- нормативно-правовых и других ограничений использования этого объекта например, срока аренды.

То есть 6/01 предоставляет право самим организациям определять срок полезного использования основных средств. Однако в большинстве случаев бухгалтеры предпочитают устанавливать срок полезного использования исходя из законодательно установленных норм. Данные нормы содержатся в Классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы, утвержденной постановлением Правительства РФ [5].

3) Организацией не предполагается последующая перепродажа данных активов.

Если при приобретении активов предполагается их последующая перепродажа, то последние участвуют в финансово-хозяйственной деятельности предприятия либо как товар, либо в качестве готовой продукции в случае последующей доработки.

4) Способность приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем.

Методологически неправильным можно считать суждение о том, что если какой-то объект основных средств не приносит дохода в виде прибыли, то такие объекты нельзя учитывать в качестве основных средств, равно как и начислять по нему амортизацию. Необходимо принять во внимание, что прибыль зарабатывается организацией не с помощью отдельного объекта основных средств, а их совокупности. Поэтому, можно сказать, что любой объект, используемый в хозяйственной деятельности предприятия, прямо или косвенно способствует извлечению дохода.

В целях исчисления налога на прибыль согласно п.1 ст.257 Налогового кодекса Российской Федерации под основными средствами понимается часть имущества, используемого в качестве средств труда для производства и реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) или для управления организацией.

В отличие от определения основных средств, содержащегося в ПБУ 6/01, в этом определении отсутствуют критерии использования основных средств в течение длительного времени, а также способность актива приносить экономические выгоды организации в будущем.

Однако в соответствии с п.1 ст.256 НК РФ амортизируемым имуществом признается имущество, результаты интеллектуальной деятельности и иные объекты интеллектуальной собственности, которые находятся у налогоплательщика на праве собственности (если иное не предусмотрено главой 25 Налогового кодекса Российской Федерации), используются им для извлечения дохода и стоимость которых погашается путем начисления амортизации.

С 1 января 2011 г. с 20 000 руб. до 40 000 руб. увеличен лимит отнесения активов к амортизируемому имуществу и основным средствам.

Проведенное исследование показало, что бухгалтерский учет основных средств на предприятии осуществляется в соответствии с требованиями, установленными законом О бухгалтерском учете №402-ФЗ, положением по бухгалтерскому учету "Учет основных средств" ПБУ 6/01 и т.д.

Положительно можно оценить тот факт, что на исследуемом предприятии оптимально организован аналитический учет основных средств, что обеспечивает дополнительный контроль за сохранностью основных средств и позволяет правильно относить на счета затрат амортизацию, начисленную по различным объектам.

Анализ учета основных средств на предприятии ОАО «Рощинское» позволил разработать ряд мероприятий по совершенствованию.

В целях совершенствования основных средств мы предлагаем.

1) В учетной политике прописать критерии отнесения активов к основным средствам и не материальным активам, а именно указать что основные средства – часть имущества, используемая в качестве средств труда при производстве продукции, выполнении работ или оказании услуг, либо для управления организацией в течение периода, превышающего 12 месяцев, или обычный операционный цикл, если он превышает 12 месяцев, не предназначены для продажи и способны приносить доход данной организации в будущем и стоимостью в пределах 40 000 руб. за единицу.

2) Предлагаем использовать нелинейный метод начисления амортизации. Не всегда рационально использовать линейный метод амортизации, т. к. при приобретении основных средств как правило не требуется больших затрат для доведения его до состояния пригодного к использованию в последующем же возникают затраты на ремонт, поэтому рассмотрим другие варианты учета амортизации.

Рассмотрим, как изменится сумма накопленной амортизации при использовании метода уменьшаемого остатка на условном примере:

$A_{\text{год.}} = OC \times Na \times K_{\text{уск}}$, где

$A_{\text{год.}}$ – годовая сумма амортизации;

OC – балансовая стоимость основного средства;

Na – норма амортизации;

$K_{\text{уск}}$ – коэффициент ускорения, который не выше 3.

При линейном способе начисления амортизации согласно нашему примеру составляет 20 %, но по методу уменьшаемого остатка увеличим норму амортизации в два раза (т.е. коэффициент равен 2), получим 40 %. В последующие годы сумма амортизации находится расчетным путем: из балансовой стоимости вычитают сумму начисленной амортизации в предыдущие годы, а так же сумму получаемых при ликвидации материальных ценностей. Сумму начисленной за срок службы рассчитаны в таблице 1.

В методе уменьшающегося остатка (методе начисления износа с сокращающейся балансовой стоимости, методе суммы годовых чисел) на первые годы приходится большая часть отчислений на амортизацию, что увеличивает общие затраты и сокращает чистую прибыль и обязательства по налогам.

Таблица 1. Начисление амортизации по методу уменьшаемого остатка

Годы	Первоначальная стоимость, руб.	Годовая амортизация, руб.	Общая сумма амортизации нарастающим итогом, руб.	Остаточная стоимость, руб.
31.12.2015	210000	0	0	210000
31.12.2016	210000	$210000 \cdot 40 / 100 = 84000$	84000	126000
31.12.2017	210000	$126000 \cdot 40 / 100 = 50400$	134400	75600
31.12.2018	210000	$75600 \cdot 40 / 100 = 30240$	164640	45360
31.12.2019	210000	$45360 \cdot 40 / 100 = 18144$	182784	27216
31.12.2020	210000	$27216 \cdot 40 / 100 = 10886,4$	193670,4	16329,6

Но в последние годы списание актива – величина годовых амортизационных отчислений уже меньше, чем в методе равномерного начисления износа, то есть возрастает прибыль и увеличивается налог. Поэтому предприятие уплатит ту же самую сумму налога, перераспределенную во времени, то есть в первые годы эксплуатации актива предприятие как бы получает бесплатный кредит от государства. Обычно этот «кредит» используют для обновления внеоборотных активов.

В пользу метода уменьшающегося остатка обычно приводят два аргумента: 1) затраты на содержание и ремонт объекта растут по мере увеличения его срока службы (то есть методом уменьшающегося остатка получается более точный конечный финансовый результат); 2) многие внеоборотные активы теряют значительную часть своей рыночной стоимости уже в первые годы эксплуатации.

При способе списания стоимости по суммам чисел лет срока полезного использования (кумулятивный метод) – исходя из первоначальной стоимости объекта основных средств и годового соотношения, где в числителе число лет, остающихся до конца срока полезного использования объекта, а в знаменателе – сумма чисел лет полезного использования, которую принято называть кумулятивным числом, которое можно рассчитать по формуле:

$S = N*(N+1)/2$, где S – кумулятивное число, N – число лет службы.

Так согласно нашему примеру кумулятивное число рассчитывается: $S = 5*(5+1)/2=15$. Сумму начисленной за срок службы рассчитаны в таблице 2.

В период инфляции выбор метода начисления износа с сокращающейся балансовой стоимостью выгоден предприятию тем, что оно платит свои налоги обесцененными деньгами.

Таблица 2. Начисление амортизации по методу списания стоимости по суммам чисел лет срока полезного использования

Годы	Первоначальная стоимость, руб.	Годовая стоимость амортизации, руб.	Общая сумма амортизации, руб.	Остаточная стоимость, руб.
31.12.2015	210000	0	0	210000
31.12.2016	210000	$5/15*210000=60000$	70000	140000
31.12.2017	210000	$4/15*210000=56000$	126000	84000
31.12.2018	210000	$3/15*210000=42000$	168000	42000
31.12.2019	210000	$2/15*210000=28000$	196000	14000
31.12.2020	210000	$1/15*210000=14000$	210000	0

При рассмотрении расчёт амортизации можно сказать, что линейный способ позволяет равномерно распределять амортизационные отчисления, не допуская резких скачков в себестоимости продукции. Чего нельзя сказать о других способах начисления амортизации. Как видно из таблиц №9 и №10, для них характерно в первые годы увеличение амортизационных отчислений, и как следствие возможное завышение себестоимости, а в дальнейшем идет снижение показателей. Конечно же, линейный способ наименее трудоемкий для предприятия, но не со всем целесообразный. Рост себестоимости производимой продукции

в ОАО «Рощинское» на протяжении последних трех лет (2012-2014 гг.) указывает на необходимость пересмотреть положение учетной политики в части начисления амортизации по объектам основных средств и выбрать более эффективный способ начисления амортизации и как вариант использовать способ уменьшаемого остатка.

3) Для сельскохозяйственных предприятий, имеющих в своем распоряжении основные средства, например автомобильный транспорт, важное значение имеет повышение производительности автопарка с целью своевременного и качественного выполнения автопарком транспортных работ по перевозке различных грузов как внутри предприятия, так и за его пределами. Повысить производительность транспортных работ можно за счет использования высококвалифицированных водителей, рациональной организации работы автопарка, применении действенных методов стимулирования работников автопарка за конечные результаты труда, путем дополнительных выплат, замены непригодных для работы автомобилей более новыми и усовершенствованными.

4) Кроме того, с целью недопущения ошибок и прочих нарушений ведения бухгалтерского учета основных средств в ОАО «Рощинское» рекомендуется осуществить организацию внутреннего аудита. Данная процедура подразумевает процесс определения качества и корректирования выполняемой подчиненными работы, чтобы обеспечить выполнение задач, стоящих перед предприятием. Его цель – выявить слабые места и ошибочные решения, своевременно исправить их и не допустить повторения. Внутренний аудит позволит определить эффективность работы бухгалтера и принять необходимые меры для обеспечения выполнения задания. Для качественного бухгалтерского учета основных средств в ОАО «Рощинское» важно определить, кто на предприятии несет персональную ответственность за ошибки и принятие корректирующих мер. Например, можно ввести для этих целей должность руководителя группы учета.

Между тем от своевременного и качественного внутреннего аудита зависит не только сохранность основных средств, но и правильность, достоверность бухгалтерского учета.

Проверка состояния и использования основных средств на предприятии, кроме того, является частью программы при проведении аудита основных средств. Поэтому в целях избежания замечаний в ходе аудиторской проверки операций с основными средствами и эффективного учета основных средств в ОАО «Рощинское» необходимо: 1) избавиться от оборудования, которое используется недостаточно эффективно, например, вследствие его устарения, морального износа, либо если данное оборудование не предполагается использовать в производстве в будущем. 2) Кроме того, предприятию необходимо своевременно и качественно проводить планово-предупредительный и капитальный ремонт основных средств, тем самым избегая лишних затрат на текущий ремонт. 3) Не экономить на расходах по повышению квалификации обслуживающего машины и оборудование персонала.

Огромную роль в улучшении учета основных средств, в том числе улучшение использования основных средств, контроля за техническим состоянием, сохранностью имущества, играет материальная заинтересованность работников.

В ОАО «Рощинское» низкий уровень оплаты труда работников, вследствие чего часто меняются материально ответственные лица, работники бухгалтерии. Высокая текучесть кадров не позволяет говорить об эффективном учете основных средств, так как, например, новому бухгалтеру требуется значительный промежуток времени для ознакомления с работой предприятия, с программой ведения учета. В бухгалтерии предприятия много бухгалтеров не имеют высшего образования либо имеют неоконченное высшее образование.

В ходе проведения аудита операций с основными средствами был выявлен ряд нарушений порядка ведения бухгалтерского учета действующему законодательству. Избежать данных ошибок поможет периодическое ознакомление с изменениями в нормативно-правовых актах. Для этого бухгалтеру по основным средствам необходимо изучать периодическую экономическую литературу.

5) Следующим этапом совершенствования учета основных средств в ОАО «Рощинское» является переход на более совершенную программу бухгалтерского учета «1С: Предприятие» версия 8.3».

Внедрение указанных мероприятий должно дать определённый экономический эффект за счёт повышения достоверности, оперативности, снижения трудоёмкости обработки информации и ведения учёта основных средств.

Автоматизация учета основных средств отличается тем, что здесь наблюдается стабильность информации.

Операции по движению основных средств можно вводить в ручную или с использованием типовых операций. При ручном вводе простейших операций по движению основных средств можно использовать ручной ввод проводок в журнале операций.

Для ускорения работы используется режим типовых операций. Этот режим позволяет вводить в журнал операций сразу несколько проводок и вычислять суммы проводок по описанным формулам. К типовым операциям может быть «прикреплен» бланк первичного документа, тогда после ввода типовой операции можно сразу получить первичный документ, например, «Акт приемки – передачи основного средства».

Хорошую помощь в работе может также оказать такие специализированные программы как «Консультант плюс», ориентированные на отражение нормативных актов с учетом последних изменений.

Таким образом, обработка учетной информации, в условиях применения компьютерных технологий, дает следующие преимущества: 1) в процессе разовой регистрации первичной учетной информации отпадает необходимость в многократном переносе данных между учетными регистрами различной иерархии и рутинных арифметических операциях, присущих ручной обработке; 2) обеспечивается централизация учетных данных при возможной децентрализации процесса обработки; 3) повышается аналитичность учетной информации за счет расширения информационной ёмкости счетов, поскольку в АСБУ счет является универсальным учетным регистром для обобщения данных, а также появляется возможность формировать выходные учетные регистры в зависимости от требуемой степени детализации; 4) при использовании диалогового режима получения результатной информации формируются итоговые сведения по

счета бухгалтерского учета в оперативном порядке, которые необходимы для управления затратами, в частности может производиться несколько калькуляций одновременно; 5) снижается риск появления ошибки в учетных записях и повышается, таким образом, достоверность учетных данных и т.п.

б) Одним из направлений совершенствования организации бухгалтерского учета основных средств является ориентация на Международные стандарты учета и отчетности. Внедрение Международных стандартов учета позволит повысить качество учета основных средств и контроля за учетом. В то же время, предприятие получит более гибкую и обоснованную систему учета с возможностью учета особенностей его деятельности.

Внедрение указанных мероприятий должно дать определённый экономический эффект за счёт повышения достоверности, оперативности, снижения трудоёмкости обработки информации и ведения учёта основных средств.

Список используемых источников:

1. Воробьев С.В., Дмитриев И.В., Максименко В.А. Сравнительная характеристика МСФО 16 «Основные средства» и ПБУ 6/01 «Учет основных средств» // Экономика и предпринимательство. №1 (54). 2015. С. 434-437.
2. Гетьман В.Г. Назревшие вопросы совершенствования бухгалтерского учета основных средств // Международный бухгалтерский учет. 2013. № 14. С. 9-13.
3. Об утверждении методических указаний по бухгалтерскому учету основных средств: приказ МФ РФ от 13 октября 2003 г. №91н.
4. О бухгалтерском учете: федеральный закон от 6.12. 2011г. №402-ФЗ. // 24 положения по бухгалтерскому учету. М.: Омега-Л, 2013. 362 с.
5. О классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы: постановление Правительства РФ от 1 января 2002 г. №1.
6. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01: утв. приказом МФ РФ от 18 мая 2002 г. № 45н.
7. Радченко М.Г. 1С:Предприятие 8.3. М.: 1С-Паблишинг, 2015. 656 с.
8. Широбоков В.Г. Бухгалтерский учет в организациях АПК. М.: Финансы и статистика, 2010. 688 с.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.078

Поступила (Received): 29.03.2016

Горбанев С.В.
Сущность конкурентоспособности
персонала предприятия

Gorbanev S.V.
The essence of competitiveness of enterprise personnel

Можно говорить о таком качестве персонала, как конкурентоспособность. Имеются два подхода к понятию конкуренция. Способность кадров побеждать в конкуренции определяет их конкурентоспособность, конкурентоспособность персонала может определяться в рамках либо внутреннего рынка труда, либо внешнего рынка труда. Конкурентные преимущества в общем случае представляют собой характеристики объекта, дающие ему определенное превосходство над конкурентами. Наиболее известные модели и методы анализа и оценки конкурентоспособности можно разделить на две группы: аналитические и графические

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность работника, конкурентные преимущества, анализ и оценка конкурентоспособности

Горбанев Сергей Викторович

Кандидат экономических наук, доцент
Майкопский государственный технологический университет
г. Майкоп, ул. Первомайская, 191

You can talk about the quality of the staff as competitive. There are two approaches to the concept of competition. The ability of staff to win the competition determines their competitiveness, competitiveness of staff can be determined in the framework of the internal labour market or external labor market. Competitive advantages in the General case, represent characteristics of the object that gives it a certain superiority over the competition. The most well-known models and methods for analysis and evaluation of competitiveness can be divided into two groups: analytical and graphical

Key words: competition, competitiveness of an employee, competitive advantages, analysis and evaluation of competitiveness

Gorbanev Sergei Viktorovich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Maikop state technological university
Maikop, Pervomyskaya st., 191

При высокой изменчивости факторов внутренней и внешней среды организаций многократно возрастает потребность в своевременном формировании и развитии стержневых преимуществ. Особенно актуальны выявление и привлечение незадействованных возможностей работников (интеллектуальных, психофизиологических, квалификационных и т.д.), обуславливающих эффективность деятельности организации и ее способность конкурировать на рынке. С учетом этого можно говорить о таком качестве персонала, как конкурентоспособность.

В литературе сформулированы два подхода к понятию конкуренция. Согласно первому подходу конкуренция – это противоборство, соперничество между производителями товаров и услуг за возможность увеличения прибыли.

В соответствии со вторым подходом понятие конкуренция указывает на существование на рынке множества производителей (продавцов) и покупателей, имеющих возможность свободного входа на рынок и выхода из него [1, с. 309]. Первый подход рассматривает конкуренцию как возможность различных субъектов управлять своими конкурентными преимуществами для достижения поставленных целей, удовлетворения своих объективных и субъективных потребностей в борьбе с конкурентами на конкретном рынке. Вторым подходом характеризуется конкуренция как одна из форм рынка. Учеными она определяется как совершенная (чистая) конкуренция [2, с. 27; 3, с. 82].

Конкуренция между работниками происходит в рамках рынка труда и представляет собой соперничество за дифференцированные [по ценовым и неценовым параметрам] рабочие места. Способность кадров побеждать в конкуренции определяет их конкурентоспособность. Конкурентоспособность работников предприятия – это реальная или потенциальная возможность работников в существующих для них условиях по своим характеристикам быть более привлекательными для организаций, чем другие работники аналогичных профессий, специальностей, уровня квалификации.

По мнению Л.В. Ивановской и Н.В. Суловой, конкурентоспособность персонала может определяться в рамках либо внутреннего рынка труда, либо внешнего рынка труда. Под внутренним рынком труда ученые понимают рынок труда в рамках одного предприятия, который ориентируется на кадры, специализирующиеся на работах в условиях конкретного предприятия с учетом его особенностей. Внешний рынок труда – рынок, ориентирующийся на профессиональное движение и распределение работников между предприятиями [4, с. 37].

По мнению М.В. Ахматовой и Е.В. Попова, уровень конкурентоспособности работника представляет собой показатель, дающий относительную характеристику его способности противостоять конкурентам на конкретном рынке в рассматриваемый период [2, с. 32].

Конкурентоспособность работника, с этой точки зрения, – его свойство, а уровень конкурентоспособности – показатель этого свойства, дающий относительную характеристику способности работника удовлетворять требованиям конкретной организации в определенный период по сравнению с конкурентами. Необходимо уточнить, что уровень конкурентоспособности, можно оценить как вероятность того, что организация, реализуя мероприятия по формированию трудового потенциала, предпочтет данного работника его конкуренту.

Конкурентоспособность работников обуславливается наличием у них конкурентных преимуществ. Конкурентные преимущества в общем случае представляют собой характеристики объекта, дающие ему определенное превосходство над конкурентами. По мнению М. Портера, организационные конкурентные преимущества делятся на два основных вида: более низкие издержки и дифференциация. Низкие издержки отражают способность обеспечить покупателя сравнимым товаром с меньшими затратами, чем у конкурента. Дифференциация означает способность обеспечить покупателя уникальной и большей ценностью в виде нового качества товара, особых потребительских свойств [3, с. 56].

Понятие «товар» объединяет в себе все, что может быть предложено на рынке для привлечения внимания, ознакомления, использования или потребления и что может удовлетворить нужду или потребность. Товарами могут быть физические объекты, услуги, места, организации и идеи. Рабочая сила в рыночной экономике также является товаром и имеет потребительскую стоимость и денежную стоимость (цену). Стоимость рабочей силы – это цена материальных и духовных благ, необходимых для воспроизводства рабочей силы, т. е. для полного удовлетворения потребностей работника и членов его семьи. На основании вышеизложенного к конкурентным преимуществам работников можно отнести их ценовые (уровень, заработной платы) и качественные (уровень трудового потенциала) характеристики. Следовательно, конкурентоспособность работника определяется степенью соответствия качественных и ценовых характеристик требованиям организации.

Проблемы анализа и оценки конкурентоспособности раскрыты достаточно широко [5]. Наиболее известные модели и методы можно разделить на две группы: аналитические и графические.

Аналитические методы: 1) модель Розенберга; 2) интегральный показатель конкурентоспособности; 3) модель с идеальной точкой; 4) система 1111-5555; 5) рейтинговая оценка; 6) оценка на основе доли рынка; 7) оценка на основе потребительской стоимости; 8) оценка на основе теории эффективной конкуренции.

Графические методы: 1) матрица БКГ; 2) модель «Привлекательности рынка преимущества в конкуренции»; 3) матрица Портера; 11 многоугольник конкурентоспособности предприятия.

Вместе с тем в большинстве предлагаемых исследователями моделей конкурентоспособности в качестве объекта исследования выступают предприятия и различные виды выпускаемых ими товаров. Немногочисленные научные подходы к оценке конкурентоспособности персонала базируются на определении и сравнении степени соответствия качества рабочей силы требованиям организации учета влияния на конкурентоспособность ценовых показателей.

Высока роль конкурентоспособности персонала в формировании конкурентных преимуществ и самого предприятия. Именно в конкурентоспособном состоянии все ресурсы предприятия используются настолько плодотворно, что его деятельность оказывается более эффективной, чем у конкурентов. Это означает, что предприятие занимает прочное положение на рынке, следит за изменениями конъюнктуры рынка, своевременно и эффективно отвечая на «вызовы» внешней среды. Конкурентоспособность персонала как составная и неотъемлемая часть конкурентоспособности предприятия является одним из важнейших факторов успеха. Повышение конкурентоспособности персонала должно выдвигаться в число основных задач современных организаций.

Список используемых источников:

1. Экономическая энциклопедия. М.: Экономика, 1999. 1055 с.
2. Ахматова М.В., Попов Е.В. Теоретические модели конкурентоспособности // Маркетинг. 2008. №4 (71). С. 25-38.

3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. N4. Маркетинг, 2014. 892 с.
4. Ивановская Л.В., Сулова Н.В. Конкурентоспособность управленческого персонала // Маркетинг. 2012. №6. С. 35-46.
5. Савицкая И.М. Реализация инновационной стратегии развития компании на основе формирования кадрового потенциала // Современное общество, образование и наука. Ч. 14. Тамбов: Консалтинговая компания Юком, 2015. 164 с.

© 2016, Горбанев С.В.

*Сущность конкурентоспособности персонала
предприятия*

© 2016, Gorbanev S.V.

*The essence of competitiveness of enterprise
personnel*

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.082

Поступила (Received): 01.03.2016

Гуничева И.А.
ERP и WMS: выбор продукта для
информационного управления складом

Gunicheva I.A.
ERP and WMS: product selection
for warehouse information management

Сравнение ключевых функций систем управления и их возможности – модулей ERP-систем и WMS-систем для выбора оптимального решения для внедрения с целью получения информации о состоянии склада. Рассматриваются количество обрабатываемых документов, работа в режиме реального времени и архивирование, лицензии продуктов

Ключевые слова: WMS, ERP, складирование, системы управления складом

Comparison of the key functions of the control systems and their ability – modules of ERP-systems and WMS-systems for the selection of optimal solutions to implement in order to obtain information about the state of the warehouse. Consider the number of processed documents, work in real time and archiving, product license

Key words: WMS, ERP, warehousing, warehouse management system

Гуничева Ирина Александровна

Магистрант

Московский государственный институт путей сообщения

г. Москва, ул. Образцова, 9

Gunicheva Irina Alexandrovna

Master

Moscow state university of railway engineering

Moscow, Obrazcova st., 9

В настоящее время одним из актуальных вопросов для предприятий, имеющих как минимум один склад в своем распоряжении, является управление складом. Существует множество систем для автоматизации управления складированием – продукты 1С, Галактика Центр, Axelot, IT-Scan, а также множество программных продуктов, написанных индивидуально для компаний.

Для определения понятийного аппарата охарактеризуем рассматриваемые системы управления складом:

– WMS (англ.: WarehouseManagementSystem – система управления складом) – обеспечивающая автоматизацию управления бизнес-процессами складской работы профильной организации. WMS-система позволяет управлять человеческими ресурсами, единовременным приемом и отгрузкой товаров, пополнением запасов склада.

– ERP (англ.: EnterpriseResourcePlanning – планирование ресурсов организации) – интегрированный пакет прикладного программного обеспечения для

непрерывного контроля и оптимизации ресурсов организации. Модуль ERP-системы позволяет управлять снабжением, взаимоотношениями с поставщиками, цепочками поставок и транспортировкой, запасами, инвентаризацией склада.

WMS представляет собой продукт, содержащий большой объем ключевых преднастроенных возможностей управления складами. Благодаря этому после установки программного обеспечения можно сразу начинать работу с ним. Индивидуальные настройки могут быть применены позднее, когда станет понятно, что конкретно нужно изменить. WMS-системы позволяют полностью автоматизировать управление складом, но они также предоставляют отчетную информацию о состоянии склада.

ERP-системы изначально предназначены для управления всеми ресурсами предприятия, а непосредственно за склад отвечает отдельный модуль ERP-системы. Такая система является информационной, т.е. позволяет анализировать состояние склада по предоставленным данным.

Сравнение

Главное отличие модуля ERP-системы от WMS состоит в следующем. Модуль ERP является системой управления базой данных, т.е. хранителем информации, позволяющей ее сортировать, редактировать, объединять. WMS системы относятся к автоматизированным системам управления технологическими процессами, которые позволяют получить письменные отчеты и информацию о состоянии склада. На первый взгляд преимущество WMS системы очевидно, т.к. она является специальной системой для управления складом, однако некоторые останавливают свой выбор на ERP-системах.

1.1 Обработка документов

ERP-системы созданы так, что позволяют иметь доступ к системе сразу большому количеству пользователей, каждый из которых работает с определенной документацией. Чаще всего используется разбиение документации: отдельно водятся номера поставок, отдельно – состав поставки и т. д. Сложные алгоритмы позволяют быстро обрабатывать информацию, выполнять множество операций за единицу времени, создавать сложные алгоритмы обработки информации и синхронизировать СУБД в реальном времени. Благодаря этому ERP-системы дают возможность всем пользователям использовать актуальную информацию.

WMS-системы работают автономно – несколько операций обрабатываются отдельно и после этого дают конечный результат. Например, команды «выбрать место А», «взять коробку», «выбрать пункт В», «переместить коробку» будут давать в конечном итоге результат, который формулируется: «коробка была перемещена из пункта А в пункт В». В связи с этим WMS-системы могут создавать только один документ, но при этом он содержит всю информацию о поставке. Это позволяет получить преимущество по времени обработки информации, однако актуальная информация будет отображаться только после переработки всей введенной информации, что не всегда является удобным.

1.2. Режим реального времени и архивирование

Концепт ERP-системы предполагает работу пользователей с системой, в то время как концепт WMS-системы подразумевает минимизацию или отсутствие вообще пользователя, благодаря автоматизации сбора и обработки данных.

ERP-системы не работают в режиме реального времени, вся информация заносится в них постфактум, однако ERP-системы позволяют проводить операции задним числом и корректировать документы, в отличие от WMS-систем.

Архивирование WMS выполняется в среднем 1 раз в 10 минут. Поскольку восстановить данные в WMS по бумажным носителям невозможно, придется делать инвентаризацию ячеек, с которыми за это время работали. ERP-системы не требуют такого частого сохранения, поэтому можно выполнять архивирование как после выполнения ряда операций, так и 1 или 2 раза в день и даже реже.

1.3. Лицензия

ERP-система требует лишь дополнительный (а иногда и уже интегрированный) модуль, а WMS-система – отдельное программное обеспечение. В зависимости от функционала меняется цена продукта, однако ERP-система позволяет также управлять компанией в целом благодаря функциональным модулям, тогда как WMS-система работает только с обслуживанием и содержимым склада. Однако модуль ERP-системы может требовать регулярных обновлений функционала, которые неудобны тем, что требуют прекращения работы системы.

Выбор продукта для внедрения

Выбор системы управления делается не только в зависимости от вышеописанных факторов, но и от потребностей компании, ее планов – ближайших или долгосрочных.

Для развитой компании с устойчивыми складскими процессами и без высокоинтенсивного склада с задействованием оборудования автоматизации товародвижения будет удобнее управлять модулем ERP-системы, охватывающей и другие области логистики. Если компания имеет формализованные планы развития на ближайшие годы, то лучшим выбором будут WMS-системы, имеющие под собой ERP-платформу с богатыми возможностями, в идеале – мирового уровня, способную обеспечить эффективность складских процессов.

Список используемых источников:

1. Миронова В. ERP и WMS: универсал и специалист // Точка продаж. 2013.
2. Власов М. ERP или WMS? // Информационное агентство INFOLine. 2013.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.085

Поступила (Received): 11.03.2016

Гусев Е.Г.**Когнитивные модели как инструмент разработки предпринимательской среды в туризме региона****Gusev E.G.****Kognitiv models as tool of working out of the enterprise environment in region tourism**

Туристская отрасль в России переживает период обновления. В новых условиях появилась необходимость оперативной разработки новых видов туризма, основанных на использовании местных туристских ресурсах. Новые виды туризма необходимо органично вписать в действующую туристскую структуру региона. Одним из эффективных средств анализа информации может послужить применение когнитивных моделей. В работе рассматриваются различные подходы к построению когнитивных моделей в туризме

Ключевые слова: предпринимательская среда, предпринимательство в сфере туризма, когнитивная модель, маркетинговые стратегии

Гусев Евгений Георгиевич

Кандидат экономических наук, доцент
Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса
г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

The tourist branch in Russia endures the updating period. In new conditions there was a necessity of operative working out of new kinds of the tourism based on use local tourist resources. New kinds of tourism are necessary for entering in operating tourist structure of region organically. Application kognitiv models can serve one of effective remedies of the analysis of the information. In work various approaches to construction kognitiv models in tourism are considered

Key words: enterprise environment, business in tourism sphere, kognitiv model, marketing strategy

Gusev Evgenie Georgievich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Vladivostok state university of economy and service
Vladivostok, Gogol st., 41

Последние годы туристская отрасль России переживает кризис, который был вызван рядом объективных причин. Ранее большая часть прибыли туристских фирм формировалась за счет поставки российских туристов на зарубежные курорты, наиболее посещаемыми из которых являлись Египет и Турция. Изменение политической обстановки, и падение курса рубля значительно снизили поток российских туристов за рубеж и туристские фирмы, которые выжили после череды банкротств в отрасли туризма, вынуждены искать новые туристские продукты внутри страны. Направления, которые ранее никак нельзя было рассматривать как прибыльные, сегодня становятся вполне перспективными с точки зрения массового внутреннего туризма. Новые направления туризма, которые вообще не использовались на территории региона или находились в за-

чаточном состоянии, для того чтобы стать действительно заметными направлениями туристского бизнеса требуют поддержки со стороны всех уровней администрации данной территории (региона) [3, 6]. То есть, на практике должен быть включен механизм государственно-частного партнерства. Рассчитывать, что мелкие предприниматели смогут самостоятельно развить целое новое туристское направление является утопией. В лучшем случае в условиях хорошего спроса на данную услугу можно получить очаги успешного развития бизнеса, который как возник так может и свернуться под натиском более развитых предложений туризма на данной территории.

Новые виды туризма не произрастают на чистом месте – они вписываются в существующую туристскую структуру региона. Для того чтобы при организации бизнеса или бизнес среды действовать не путем проб и ошибок, а целенаправленно развивать бизнес, необходим всесторонний анализ ситуации с учетом сложных связей между объектами и процессами, участвующими в бизнесе. Наиболее эффективными средствами анализа являются различные виды моделирования [11-13]. На первых этапах моделирования наиболее эффективно использовать когнитивные модели, которые позволяют учесть наибольшее количество связей. Наличие большого количества связей является одной из наиболее значимых особенностей организации туристского бизнеса. Поэтому в последнее время мы наблюдаем повышение интереса к использованию когнитивного подхода (когнитивного моделирования) в туризме [4, 7, 14].

Когнитивный подход служит для более полного понимания ситуации. Он позволяет выявить наиболее важные проблемы и причины их появления. Когнитивный подход является важнейшим инструментом анализа качественной информации.

Примером самой общей укрупненной модели взаимодействия субъектов туристско-рекреационного комплекса является модель, представленная на рис.1 [1].

Модель такого типа можно отнести к структурно-функциональному типу. При всей важности таких моделей, все-таки они несут ограниченный объем новых знаний, потому что строятся на базе существующих систем. Роль исследователя при построении таких моделей состоит в выявлении наиболее существенных структурных элементов системы, отвечающих за реализацию того или иного процесса, и в выявлении связей между элементами.

Другой тип когнитивных моделей – это модели, которые строятся на основе опросов экспертов и исследовании поведения потребителей туристских услуг. Массовые опросы потребителей позволяют выявить и оценить проблемы, которые не всегда очевидны для исследователя. Для выявления и оценки связей элементов таких моделей привлекаются эксперты (часто из различных отраслей). Для оценки мнений потребителей по различным проблемам туристского цикла во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса под руководством профессора Н.С. Мартышенко более десяти лет проводят массовые опросы потребителей туристских услуг в Приморском крае [9].

Рис. 1. Укрупненная когнитивная модель взаимодействия туристско-рекреационного комплекса региона с внешней средой

Однако, модели такого типа часто выглядят достаточно громоздко и поэтому целесообразно строить их декомпозицию, выделяя отдельные важнейшие процессы (частные модели). Для развития туристской индустрии Приморского края, одной из важнейших в настоящее время является проблема продвижения туристского продукта как на внешний рынок, так и на внутренний рынок [10]. Представляет интерес когнитивная модель взаимодействия туристской индустрии края с существующей инфраструктурой. При построении частных когнитивных моделей может быть полезен успешный опыт решения частных проблем в других регионах [2, 5, 8, 15]

По мнению автора, наиболее эффективным инструментом продвижения туристского продукта края является разработка согласованной ивент-стратегии на уровне края. Каждое событие, проводимое на территории края, должно получить широкое освещение во всех средствах массовой информации в крае и за его пределами. Необходимо больше уделять внимания культурной и спортивной жизни края. Необходимо повышать уровень и статус научных конференций и семинаров, которые проводятся в крае.

Большим недостатком и ранее разработанных и действующих в настоящее время программ развития туризма края или мероприятий, направленных на развитие туризма, является отсутствие критического анализа выполнения планов и отсутствие ответственности за невыполнение намеченных планов.

Список используемых источников:

1. Береза О.А. Построение когнитивной модели туристско-рекреационной отрасли как социально-экономической системы региона // Известия ЮФУ. Технические науки. 2009. № 3 (92). С. 7-12.

2. Генералов И.Г., Завиваев Н.С. Методы определения конкурентоспособности товаров и услуг // Наука и образование в жизни современного общества. Тамбов, 2015. С. 36-40.
3. Дюпина Л.Ф., Дикунова М.С., Прокопов В.Н. Оценка эффективности управленческих инноваций // Научный альманах. 2015. № 11-2 (13). С. 128-131.
4. Завьялова Н.В. Структура ментальной программы туриста: когнитивный и аксиологический компонент // Социально-гуманитарные знания. 2014. № 11. С. 232-235.
5. Закирова О.В., Перова Т.В. Кросс-маркетинг в продвижении туристских услуг // Вестник Мининского университета. 2015. № 3 (11). С. 6.
6. Закирова О.В., Соколовская Е.О. Формирование и этапы разработки бизнес-идей // Актуальные проблемы экономики современной России. 2015. Т. 2. № 2. С. 105-108.
7. Ильясова М.К., Погребницкая А.М. Анализ стратегического потенциала туристско-рекреационного комплекса крымского региона на основе построения когнитивной карты // Международный научно-исследовательский журнал. 2015. № 8-1 (39). С. 37-41.
8. Кривошлыков В.С., Жахов Н.В., Дуплин В.В., Коваленко В.П. Определение направлений развития регионального рынка // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2015. № 8. С. 91.
9. Мартышенко Н.С. Исследование структуры потребления туристских услуг по турам Владивосток – Китай // Практический маркетинг. 2010. №5. С. 24-32.
10. Мартышенко Н.С. Конкурентное позиционирование предложения территориального туристского продукта Приморского края в Северо-Восточной Азии // Экономика и предпринимательство. 2011. №5. С. 153-163.
11. Мартышенко Н.С., Власенко А.А., Гусев Е.Г. Проблемы и перспективы эффективного использования рекреационного потенциала региона // Актуальные проблемы экономического развития регионов России: сб. науч. тр. Абакан, 2007. С. 100-101.
12. Мартышенко С.Н., Мартышенко Н.С., Гусев Е.Г., Власенко А.А. Экономико-математические модели разработки инвестиционной политики развития туристского комплекса региона // Проблемы и перспективы реализации инвестиционной политики в Российской Федерации на современном этапе. Казань, 2007. С. 133-137.
13. Мартышенко С.Н., Мартышенко Н.С., Гусев Е.Г. Синергетический подход в моделировании социально-экономических процессов // Синергетика в естественных науках. Тверь, 2008. С. 245-249.
14. Солохин С.С. Исследование туристско-рекреационной системы как элемента социально-экономической системы на основе когнитивного подхода // Вестник Таганрогского государственного педагогического института. 2010. С. 246-253.
15. Цурова Л.А., Яндиева М.С. Особенности трансформации инфраструктурных элементов региональной экономики // Вопросы экономики и права. 2014. № 75. С. 78-82.

© 2016, Гусев Е.Г.

Когнитивные модели как инструмент разработки предпринимательской среды в туризме региона

© 2016, Gusev E.G.

Kognitiv models as tool of working out of the enterprise environment in region tourism

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.089

Поступила (Received): 24.03.2016

Данильчик Т.Л.**Мотивация как инструмент повышения эффективности****Danilchik T.L.****Motivation as a tool to improve efficiency**

В статье рассмотрены основные этапы создания и реализации системы мотивации, ее внутренние и внешние факторы. Обоснована необходимость мониторинга, оценки и контроля эффективности системы управления мотивацией сотрудников компании

Ключевые слова: мотивация, материальное и нематериальное поощрение, система управления

The article describes the main stages of creation and implementation of motivation system, its internal and external factors. The necessity of monitoring, evaluating and monitoring the effectiveness of the system of management motivation of employees

Key words: motivation, material and moral encouragement, control system

Данильчик Татьяна Леоновна

Кандидат экономических наук, доцент
Алтайский государственный технический
университет им. И.И. Ползунова
г. Барнаул, Ленинский проспект, 46

Danilchik Tatiana Leonovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Altai state technical university named I.I. Polzunov
Barnaul, Lenin ave., 46

Четкое представление о мотивационной составляющей деятельности работников компании позволяет ее менеджменту разработать механизм эффективного управления, обеспечивающий рост производительности труда, совершенствование его качественных характеристик, повышение конкурентоспособности в рыночной среде. На практике для успешного решения данной задачи руководитель должен на основе понимания мотивационной структуры поведения подчиненных, сформировать реальный уровень их ожиданий, сфокусировать в их сознании стойкое понимание того, что от их усилий будет зависеть результат труда, за которым последует вознаграждение, имеющее для работника определенную ценность.

Комплексная система мотивации должна быть направлена:

- на побуждение работника к достижению целей компании в соответствии с ее миссией;
- на повышение не только личной, но и, в большей степени, командной результативности коллектива организации;
- на привлечение и удержание лучших сотрудников компании;
- на ежегодную трансформацию ее элементов с учетом изменившихся приоритетов развития компании и условий ее внутренней и внешней среды.

Безусловно, не одна система мотивации не может быть признана абсолютно идеальной и справедливой. Но она будет результативной и действенной,

если понятна всем работникам организации, разработана и утверждена коллегиально, максимально полно учитывает все параметры деятельности отдельного работника, подразделения и коллектива в целом. Соблюдение данных правил, позволяет сформировать у сотрудников устойчивое убеждение в том, что каждый из них способен не только контролировать успешность собственных действий, но и в отдельных случаях самостоятельно просчитывать будущий результат. Работник, в данном случае, имеет возможность самостоятельно выбирать средства и методы выполнения задач, поставленных перед ним, привлекается к консультированию, участвует в деятельности творческих коллективов.

Разработка целостной системы управления мотивацией в рамках данной компании и ее успешная апробация требует глубоко продуманной и достаточно кропотливой работы со стороны менеджмента, должна реализовываться поэтапно и включать в себя целый ряд мероприятий. Прежде всего, необходим мониторинг реальной мотивационной активности трудового коллектива с помощью соответствующих методик диагностики скрываемой и скрытой мотивации. Данные методики позволяют узнать, что человек чувствует и о чем думает на самом деле. А это, в свою очередь, дает возможность подобрать для каждого сотрудника наиболее эффективные по отношению к нему способы управления. Более того, полученные показатели могут служить критерием эффективности регулирующих воздействий менеджмента.

Далее важно оценить внешние и внутренние факторы, определяющие мотивационные послысы сотрудников (от учета индивидуальных потребностей каждого работника, до возможностей их удовлетворения не только на рабочем месте, но и в рамках социальной инфраструктуры данной компании). Большое значение имеет разработка системы психологических, социальных, организационных, ротационных и иных мероприятий и механизмов их реализации в трудовом коллективе, мотивирующих деятельность работников и повышающих степень удовлетворенности трудом различных групп сотрудников.

Достигнутые каждым работником результаты определены, в большей степени, его способностями, осознанием роли в выполнении миссии организации, прилагаемыми усилиями. Последние же, в свою очередь, обусловлены ценностью вознаграждения, его сопоставлением с результатами деятельности и вероятностью того, что соответствующее вознаграждение действительно будет получено. Большое значение имеет совершенствование принципов и оптимизация системы оплаты труда, ее координация с целями и результативностью функционирования компании в целом, ее подразделений и отдельных работников, поскольку главным из стимулов, побуждающих сотрудника компании участвовать в трудовой деятельности, является доход, обеспечивающий расширенное его воспроизводство как носителя человеческого капитала.

Едва ли не самую важную роль в выстраивании справедливой системы материальной мотивации является разработка показателей эффективности деятельности фирмы в целом и каждого ее структурного подразделения. Четко выверенные количественные показатели, кроме того, значительно сокращают долю субъективных оценок экспертов, делая мотивационную систему пре-

дельно объективной. В активно развивающихся компаниях действует зарекомендовавшая себя во многих странах балльная система оплаты труда, в основе которой лежит оценка характеристик труда, степени ответственности, профессиональных навыков, опыта и образования работника. Причем, каждая должностная инструкция устанавливает диапазон заработной платы, верхней границей которой является тот максимум, который может позволить себе работодатель. Если прежде оценивались уровень квалификации, условия труда, стаж работы в организации, то сейчас во главу угла ставится компетентность работника, темп и рациональность его действий, приверженность к целям организации и другие переменные составляющие заработной платы, зависящие от конечных результатов деятельности сотрудника. Причем, сам полученный результат имеет мотивирующее воздействие на работника: если он удовлетворен выполненной работой, осознает свою компетентность, то и его мотивация повышается. Зачастую материальные поощрения дополняется целым пакетом бонусов, включающим премиальные, проценты от объема выполненных заказов, льготы на покупку акций компании, оплату обучения в полном или частичном объеме, льготы на отдых, распространяемые и на детей работников, различные страховые услуги. Таким образом, одобрение и признание профессиональных достижений сотрудника со стороны его коллег и руководства формируют механизм двусторонней (обратной) связи внутри компании, становящийся важнейшим мотивирующим фактором.

Однако результаты современных исследований свидетельствуют о том, что материальное стимулирование во всех его проявлениях является необходимым, но недостаточным условием мотивации трудовой деятельности. Материальные стимулы не могут привести к непрерывному росту результативности труда (происходит как бы «привыкание» к данному виду воздействия), они лишь способны снизить уровень неудовлетворенности работой, и лишь в слабой мере побуждают к ней. Причем, мотивы, вызывающие удовлетворенность деятельностью, обусловлены содержанием работы и внутренними потребностями личности в самовыражении, в то время как факторы, вызывающие неудовлетворенность, связаны с недостатками работы и внешними условиями.

Оценка и контроль эффективности системы управления мотивацией сотрудников компании предполагают использование, как объективных критериев трудовой деятельности, так и показателей реальной мотивации персонала. Поскольку подобного рода оценки весьма субъективны, нужны четкие критерии вознаграждения, основывающиеся на точных исследованиях и учитывающие психологию людей, что позволяет ослабить проблемы в случае расхождения мнений. Кроме того, как показывает опыт передовых компаний, огромное значение имеет открытость обсуждения спорных вопросов, связанных с вознаграждением, отсутствие какой-либо недосказанности в отношении его величины у каждого из членов коллектива, создание благоприятного морально-психологического климата.

Вместе с тем, создание универсальной системы поощрений «на века» невозможно (рано или поздно она неизбежно перерождается в обычную систему поощрений, предполагающую вознаграждение за уже достигнутые результаты,

а не мотивирующую новые). Разработка новой мотивационной схемы компании предполагает необходимость учета прошлых недоработок, поставки новых целей и задач с учетом произошедших изменений внутренней и внешней среды. Этим изменениям требует современный рынок, при повышении динамики которого одни виды мотиваций к развитию деятельности приобретают актуальность, другие устаревают, а желание быть конкурентоспособным на внешних рынках требует применения эффективных систем стимулирования персонала.

© 2016, Данильчик Т.Л.

*Мотивация как инструмент повышения
эффективности*

© 2016, Danilchik T.L.

Motivation as a tool to improve efficiency

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.093

Поступила (Received): 29.03.2016

Долгих А.В.
Нефтегазовый комплекс России:
современное состояние и проблемы

Dolgikh A.V.
The oil and gas complex of Russia: modern state and problems

В данной статье отражена значимость нефтегазового комплекса в экономике России, рассмотрено его современное состояние. На основе статистических данных проанализированы основные проблемы нефтегазовой отрасли, а также отмечены возможные пути их решения. Сформулированы основные задачи для предприятий НГК

Ключевые слова: нефтегазовый комплекс, проблемы нефтегазовой отрасли, санкции, пути решения проблем

This article reflects the importance of oil and gas complex in the Russian economy, examined its current status. On the basis of statistical data, analyzed the main problems of the oil and gas industry, as well as the possible ways of their solution. The main targets for oil and gas companies

Key words: oil and gas industry, oil and gas industry problems, sanctions, solutions to problems

Долгих Анастасия Валерьевна

Бакалавр

Пермский государственный национальный
исследовательский университет
г. Пермь, ул. Букирева, 15

Dolgikh Anastasia Valeryevna

Bachelor

Perm state university
Perm, Bukireva st., 15

Под нефтегазовым комплексом (НГК) понимают совокупность хозяйствующих агентов, занимающихся разведкой, добычей, переработкой, транспортировкой, складированием и реализацией нефти, газа и продуктов их переработки [5]. Нефтегазовый комплекс РФ – это один из самых крупных и технически оснащенных комплексов России, который полностью обеспечивает потребности страны в энергоресурсах, формирует значительную часть ее поступлений в бюджетную систему. Платежный баланс страны и курс рубля зависят от результатов его работы.

Кроме того, нефтегазовая отрасль играет значительную роль в обеспечении энергетической безопасности страны, экономической независимости и возможности использования для решения внешнеполитических задач факта обладания ресурсами и производственным потенциалом. В настоящее время российский нефтегазовый комплекс составляет 30% от валового внутреннего продукта, обеспечивает более 50% налоговых поступлений и 60% экспорта [8].

По данным British Petroleum, в 2014 году РФ занимает первое место по доказанным запасам природного газа (24,6% от мировых запасов) [4], шестое место по доказанным запасам нефти (6,1% от мировых запасов) [3]. В том же году

Россия заняла первое место в мире по добыче нефти и второе место по добыче газа [10]. В соответствии с «Энергетической стратегией России на период до 2030 г.» увеличение добычи нефти прогнозируется до 535 млн. т. в год, газа – до 940 млрд. куб. м [1, стр. 80-81].

Но при этом необходимо заметить, что в нефтегазовом комплексе России существует ряд проблем, от решения которых зависит дальнейшее развитие отрасли.

Во-первых, состояние минерально-сырьевой базы углеводородов ухудшается, снижаются текущие разведанные запасы и темпы их воспроизводства. Немногие нефтедобывающие регионы России обладают достаточными запасами для поддержания прежних объемов добычи даже на ближайшие 10-15 лет. К 2030 г. для удержания показателя добычи нефти выше 420 млн. т в год необходимо увеличить запасы не менее чем на 12,5 млрд. т [7, стр. 174]. Поэтому необходимо срочно переводить высокий нефтегазовый потенциал страны в активные запасы углеводородов.

Во-вторых, с каждым годом растет доля трудноизвлекаемых запасов нефти и газа от их общего числа и уже составляет 60%, что предполагает необходимость увеличения инвестиций в разработку месторождений. Для наращивания объемов добычи потребуются применение эффективных технологий добычи, новых методов повышения нефтеотдачи пластов [2].

В-третьих, вследствие истощения месторождений наметилась тенденция снижения среднесуточного дебита нефтяных скважин на 3% до 9,7 тонн (2013 год), в то время как средний дебит в Саудовской Аравии составляет 782 т/сутки.

В-четвертых, наблюдается высокий показатель износа основных фондов организаций российского нефтегазового комплекса, что связано с их неудовлетворительной возрастной структурой, а также недостатком инвестиционных ресурсов, направляемых в эту сферу (табл. 1) [9].

**Таблица 1. Степень износа основных фондов в организациях
п видам экономической деятельности (на конец года; в процентах)**

	2005	2010	2011	2012	2013
Добыча сырой нефти и нефтяного (попутного) газа; извлечение фракций из нефтяного (попутного) газа	54,6	46,2	48,1	49,4	52,8
Добыча природного газа и газового конденсата	-	57,9	59,5	60,6	63,5
Производство нефтепродуктов	36,7	41,2	41,9	41,8	40

В-пятых, в России нефтеперерабатывающими заводами освоены почти все технологические процессы, известные в мировой практике, однако в настоящее время среднеотраслевая глубина переработки нефти составляет 72,4% (2014 г.) [8]. Ориентация на первичные процессы переработки и максимизацию производства мазута привела к тому, что вторичные процессы, которые углубляют процесс переработки нефти, занимают только 10% по отношению к первичным.

Вследствие этого главные течения развития переработки нефти связаны с модернизацией и реконструкцией функционирующих НПЗ, увеличением мощностей вторичных процессов и повышением качества нефтепродуктов.

В-шестых, российский нефтегазовый комплекс сильно зависит от конъюнктуры мирового рынка нефти и газа, а также от поставок зарубежных технологий и оборудования, что угрожает экономической и энергетической безопасности страны. Так, в настоящее время принятые санкции ЕС и США против России, низкие мировые цены на нефть негативно влияют на развитие нефтегазовой отрасли.

Санкции предполагают запрет на поставку технологий и специализированного оборудования, прежде всего для разработки трудноизвлекаемых запасов. Основной целью данных ограничений являются те месторождения, на которых природные ресурсы могли бы добываться в ближайшем будущем, замещая на традиционных месторождениях снижающуюся добычу.

Наряду с прямыми запретами на поставки специализированного оборудования были приняты финансовые санкции, ограничивающие возможности инвесторов в финансировании, кредитовании и осуществлении других операций с акциями, облигациями сроком более 30 дней в ЕС и 90 дней в США.

Нефтегазовые компании были вынуждены признать влияние санкций. Так, в октябре 2014 года президент ОАО «НК «Роснефть» попросил выделить из ФНБ 2 трлн. рублей, которые необходимы вследствие действия санкций и невозможности рефинансировать долг организации в западных банках. Сообщения других нефтегазовых компаний России о сокращении инвестиционных проектов и программ также наглядно демонстрируют эффект финансовых санкций [6].

Принятые санкции вынуждают российские нефтегазовые компании искать новых поставщиков оборудования и технологий, а также способы и возможности финансирования инвестиционных программ, чтобы стабилизировать добычу нефти и газа в будущем.

Таблица 2. Добыча топливно-энергетических полезных ископаемых

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Нефть добытая, включая газовый конденсат, млн. т	505,2	511,4	518,1	523,3	526	534
Темп прироста (%)		1,2	1,3	1,0	0,5	1,5
Газ природный и попутный, млрд. куб. м	651	671	655	668	643	635
Темп прироста (%)		3,1	-2,4	2,0	-3,7	-1,2

В результате вышеописанных проблем в нефтегазовой отрасли России объемы добычи природного и попутного газа снизились на 3,7% в 2014 году, на 1,2% в 2015 году, в 2013-2014 гг. замедлились темпы прироста добычи нефти (табл. 2). Так, в 2013 году объем добычи нефти увеличился на 1,0% по сравнению с 2012 годом, в 2014 – только на 0,5% по сравнению с 2013 годом. При этом в 2015 году добыча нефти и газового конденсата достигла рекордного значения и составила 534 млн. т [9].

Решение данных проблем требует вмешательства со стороны государства. Оно должно содействовать инвестиционным и инновационным процессам в нефтегазовой отрасли, за счет решения приоритетных задач стимулировать ее устойчивое развитие, а также создавать дополнительные возможности для участников НГК. Для эффективного функционирования НГК необходимо обеспечить расширенное воспроизводство минерально-сырьевой базы; создать благоприятные условия для осуществления крупных инвестиционных проектов; оптимизировать налоговую нагрузку на предприятия нефтегазового бизнеса; обеспечить максимально возможное использование конкурентоспособного отечественного оборудования и технологий во всех технологических процессах; стимулировать развитие малого и среднего бизнеса в нефтегазовой отрасли.

Таким образом, изучив специфику и проблематику современного состояния нефтегазового комплекса России, мы пришли к выводу, что нефтегазовая отрасль играет ключевую роль в российской экономике, находится в тесной взаимосвязи с другими отраслями. Поэтому от состояния нефтегазового бизнеса и решения существующих проблем совместно с государством и предприятиями зависит дальнейшее экономическое развитие страны, рост благосостояния населения, развитие внешнеэкономической политики и укрепление позиций страны в мировой экономике.

Список используемых источников:

1. Энергетическая стратегия России на период до 2030 года (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 ноября 2009 г. N 1715-р).
2. В России растет доля трудноизвлекаемой нефти // Московская неделя. 2015. URL: <http://mos7.ru>
3. Википедия. Мировые запасы нефти. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Мировые_запасы_нефти
4. Википедия. Мировые запасы природного газа.
URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Мировые_запасы_природного_газа
5. Википедия. Нефтегазовый комплекс.
URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Нефтегазовый_комплекс
6. Казначеев П. Санкции замедленного действия, или Россия в нефтяной ловушке. 2014.
URL: <https://slon.ru>
7. Кожухова О.С. Нефтегазовый комплекс России: состояние и направления развития // Вопросы экономики и права. №7. 2011.
8. Министерство энергетики Российской Федерации. URL: <http://minenergo.gov.ru>
9. Промышленность России. 2014: Стат. сб. URL: <http://www.gks.ru>

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.097

Поступила (Received): 27.03.2016

Дружинина Н.Н.
Организация внутреннего контроля в хозяйствующих субъектах

Drujinina N.N.
Organization of internal control is in managing subjects

В данной статье внутренний контроль рассмотрен как эффективный механизм обеспечения достоверности бухгалтерской отчетности, результативности деятельности хозяйствующих субъектов в рамках законодательства РФ. Описаны основные элементы и процедуры внутреннего контроля хозяйствующих субъектов

Ключевые слова: внутренний, контроль, экономика, субъект

In this article internal control is considered as an effective mechanism of providing of authenticity of accounting control, to effectiveness of activity of managing subjects within the framework of legislation of Russian FEDERATION. Basic elements and procedures of internal control of managing subjects are described

Key words: internal, control, economy, subject

Дружинина Надежда Николаевна

Магистр

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, ул. Интернациональная, 101

Drujinina Nadejda Nikolaevna

Master

Michurinsk state agrarian university

Michurinsk, Internatsionalnaya st., 101

Термин «контроль» появился несколько столетий назад. Он происходит от французского «contrerole», что означает «список, ведущийся в двух экземплярах». От него произошло слово «controle». Оно означает: проверка, а также наблюдение с целью проверки.

Контроль – объективно необходимое слагаемое хозяйствующего механизма при любом способе производства. На микроэкономическом уровне, т. е. на уровне управления экономической единицей, различают внешний контроль, осуществляемый внешними по отношению к организации субъектами управления (органы государства, контрагенты по финансово-хозяйственным договорам, потребители, общественность), и внутренний контроль, осуществляемый субъектами самой организации (собственники, администрация, персонал). От эффективности внутреннего контроля зависит эффективность функционирования хозяйствующих субъектов, что является в свою очередь одним из условий эффективности всего общественного производства.

Согласно Закону РФ «О бухгалтерском учете» [1] руководитель организации должен ввести в обязательном порядке внутренний контроль в ходе хозяйственной деятельности организации.

Руководители организаций, которые подлежат обязательному аудиту, должны осуществлять внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составлением бухгалтерской отчетности. Поэтому этим организациям необходимо создавать систему внутреннего контроля внутри организации. Кроме того, крупным организациям необходимо нанимать в штат главного бухгалтера, который будет совмещать бухгалтерскую работу с внутренним контролем в организации. Требования к профессиональным данным такого бухгалтера очень жесткие: образование, стаж, отсутствие судимостей за преступления в сфере экономики и т.д. В соответствии с Законом РФ «О бухгалтерском учете» [1] только руководители малых и средних предприятий могут вести внутренний контроль самостоятельно, без организации службы внутреннего контроля в штате.

Минфин РФ разработал общие рекомендации для хозяйствующих субъектов по организации и осуществлению ими внутреннего контроля бухгалтерского учёта и составления бухгалтерской отчётности [1]. В соответствии с этими рекомендациями внутренний контроль – процесс, направленный на получение достаточной уверенности в том, что экономический субъект обеспечивает:

- 1) эффективность и результативность своей деятельности, в том числе достижение финансовых и операционных показателей, сохранность активов;
- 2) достоверность и своевременность бухгалтерской (финансовой) и иной отчетности;
- 3) соблюдение применимого законодательства, в том числе при совершении фактов хозяйственной жизни и ведении бухгалтерского учета.

Внутренний контроль способствует достижению экономическим субъектом целей своей деятельности. Он должен обеспечивать предотвращение или выявление отклонений от установленных правил и процедур, а также искажений данных бухгалтерского учета, бухгалтерской (финансовой) и иной отчетности.

Основными элементами внутреннего контроля экономического субъекта являются: контрольная среда, оценка рисков, процедуры внутреннего контроля, информация и коммуникация, оценка внутреннего контроля.

Контрольная среда представляет собой совокупность принципов и стандартов деятельности экономического субъекта, которые определяют общее понимание внутреннего контроля и требования к внутреннему контролю на уровне экономического субъекта в целом.

Оценка рисков представляет собой процесс выявления и анализа рисков. Под риском понимается сочетание вероятности и последствий недостижения экономическим субъектом целей деятельности. При выявлении рисков экономический субъект принимает соответствующие решения по управлению ими, в том числе путем создания необходимой контрольной среды, организации процедур внутреннего контроля, информирования персонала и оценки результатов осуществления внутреннего контроля.

Процедуры внутреннего контроля представляют собой действия, направленные на минимизацию рисков, влияющих на достижение целей экономического субъекта.

Экономический субъект может применять следующие процедуры внутреннего контроля:

1) документальное оформление (например, осуществление записей в регистрах бухгалтерского учета на основе первичных учетных документов);

2) подтверждение соответствия между объектами (документами) или их соответствия установленным требованиям (например, проверка оформления первичных учетных документов на соответствие установленным требованиям при принятии их к бухгалтерскому учету).

3) санкционирование сделок и операций, обеспечивающее подтверждение правомочности совершения их;

4) сверка данных (например, сверка расчетов экономического субъекта с поставщиками и покупателями для подтверждения сумм дебиторской и кредиторской задолженности);

5) разграничение полномочий и ротация обязанностей (например, возложение полномочий по составлению первичных учетных документов, санкционированию сделок и отражению их результатов в бухгалтерском учете на разных лиц на ограниченный период с целью уменьшения рисков возникновения ошибок и злоупотреблений);

6) процедуры контроля фактического наличия и состояния объектов, в том числе физическая охрана, ограничение доступа, инвентаризация и др.

Качественная и своевременная информация обеспечивает функционирование внутреннего контроля и возможность достижения им поставленных целей. Основным источником информации для принятия решений являются информационные системы экономического субъекта.

Оценка внутреннего контроля осуществляется в отношении элементов внутреннего контроля с целью определения их эффективности и результативности, а также необходимости изменения их. Оценка внутреннего контроля осуществляется не реже одного раза в год. Оценка внутреннего контроля осуществляется не реже одного раза в год. Объем оценки внутреннего контроля определяется руководителем или внутренним аудитором (службой внутреннего аудита) экономического субъекта.

В настоящее время проблема эффективно функционирующего внутреннего контроля, несмотря на ее актуальность, остается не в полной мере осмысленной с научных позиций и в плане практической реализации. Анализ практики и теории системы внутреннего контроля показывает, что собственники российских организаций не создают специальные подразделения, предназначенные для ведения внутреннего контроля в хозяйствующих субъектах. Поэтому деятельность многих мелких организаций может сопровождаться значительными потерями. Целью компании должно являться не создание системы внутреннего контроля, которая бы полностью гарантировала отсутствие ошибок в работе, а системы, которая помогала бы их своевременно выявлять и устранять. При этом даже хорошо организованная система внутреннего контроля нуждается в оценке своей эффективности с точки зрения достижения поставленных целей.

Список используемых источников:

1. Закон РФ «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ (с учетом последующих изменений и дополнений).
2. Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учёта и составления бухгалтерской (финансовой) отчётности. Информация Минфина РФ № ПЗ-11/2013.

© 2016, Дружинина Н.Н.

Организация внутреннего контроля в
хозяйствующих субъектах

© 2016, Drujinina N.N.

Organization of internal control is in managing
subjects

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.101

Поступила (Received): 05.03.2016

Дрямина Ю.Ю., Гетц О.А., Давлетгареев Н.Р.
Роль маркетинга в антикризисном управлении

Dryamina Yu.Yu., Getts O.A., Davletgareev N.R.
The role of marketing in crisis management

В данной статье рассмотрена роль маркетинга в антикризисном управлении рассмотрен комплекс маркетинговых средств, рассмотрены определяющие состояния предкризисного управления, кризисного состояния и после кризисного состояния. По каждому из состояний были рассмотрены основные средства их управления

Ключевые слова: антикризисное управления, маркетинг

In this article the role of marketing in crisis management is considered a set of marketing tools, considered determining the status of pre-crisis management, crisis state, and after the crisis. For each of the states were considered the main means of control

Key words: crisis management, marketing

Дрямина Юлия Юльевна

Студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

Dryamina Yulia Yulevna

Student

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenina ave., 30

Гетц Ольга Александровна

Студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

Getts Olga Alexandrovna

Student

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenina ave., 30

Давлетгареев Наиль Рынадович

Кандидат экономических наук, старший преподаватель

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

Davletgareev Nail Rinatovich

Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer
National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenina ave., 30

В современном мире термин «кризис» довольно обширно используется в финансово-экономической среде. С помощью существующих СМИ многие люди уже знакомы с такими терминами как мировой и финансовый кризис. Но так, как кризисные проявления в жизни предприятия наиболее сложны как в структуре, так и в уровне локализации им необходимо противодействовать. Это противодействие принято считать антикризисным управлением.

В сфере антикризисного управления можно выделить несколько шагов, имеющих собственные цели, задачи и механизмы реализации. Речь идет о недо-

пушении несостоятельности предприятия и восстановлении способности выполнять обязательства. Реализация указанных задач осуществляется посредством самых разных методов и инструментов. Заметным местом в здесь является маркетинг.

Посмотрев впервые, будет трудно отнести маркетинг к ключевым аспектам антикризисного управления. Именно во время кризиса, когда необходим действительно план разработки антикризисного управления, часто используют исследования в рамках маркетинга, где отмечают достаточно большое внимание рыночным возможностям используя при этом метод SWOT- анализа. Основная цель маркетинга – создание непрерывного выпуска и реализации тех продуктов, которые приносят основную прибыль компании и являются устойчиво востребованными.

Так как комплекс маркетинговых средств является важной составляющей в обеспечении нужного уровня антикризисного управления, важно рассмотреть этот аспект более подробно [1].

1. Товар (продукт, услуга), предоставляемый покупателю.

Менеджер всегда должен иметь представление о ситуации на рынке, потребностях потенциальных клиентов, актуальности товара и спросе на него. Случается так, что из-за невостребованных или не качественных товаров в компании возникает кризис.

2. Цена – количество денег, выплачиваемых потребителю за предоставляемый продукт (товар, услугу), она является одной из важных критериев в маркетинге при антикризисном управлении.

3. Позиция товара на рынке – это та позиция, которую занимает товар в сознании потребителей по сравнению с другими конкурентоспособными товарами.

4. Реклама – это система влияния на потребителя (покупателя) для мотивации его к следующей покупке товара. В условиях конкурентной среды реклама осуществляет функцию по стимулированию продаж, так же и по формированию положительного имиджа.

5. Информация играет особую роль в антикризисном управлении. Отделы маркетинга должны следить за изменчивой ситуацией на рынках, так и за инновациями в технологической и управленческой сферах.

6. Разработка стратегии действий в антикризисном управлении.

Маркетинговая стратегия – сложный процесс, направленный на достижение наивысших результатов предприятия, занятия выгодного места на рынке, а также системные мероприятия по достижению этого места.

Применение данных средств на определенном рынке для обозначенных видов товаров поможет распознать маркетинговый потенциал компании и, ко всему прочему, возможные угрозы со стороны рынка – это весьма необходимо при выборе стратегии в антикризисном управлении.

В антикризисном маркетинге внешняя среда (участники, поставщики, конкуренты, государственные и местные органы власти) остается наиболее значимой для предприятия, ведь от надежности и компетентности партнеров и

компаний конкурентов зависит преимущество компании, что является актуальным в кризисный период.

Но маркетинг это не только анализ рыночной конъюнктуры, он так же является основным в системе управления предприятием. Определив стадию антикризисного менеджмента, можно применять конкретные средства маркетинга. В связи с этим следует выделить три определяющих состояния: предкризисное управление, кризисное и после кризисное [2].

1. Предкризисное управление. На данном этапе все усилия направляются на избежание грядущего кризиса и разработку стратегических действий.

Средства управления: – стратегии для обхода кризисной ситуации; – выработка стратегий маркетинга; – создание мотивационной среды для сотрудников; – анализ сферы предприятия и оценка возможных рисков; Данные методы помогают избежать негативных последствий и в будущем обеспечат более быструю и эффективную систему реагирования на возникшие обстоятельства на данном рынке.

2. Кризисное управление компанией. Основная задача – уменьшение продолжительности кризиса на предприятии и уменьшение убытков от него. Средства управления: создание программ, стратегии антикризисных ситуаций для выхода из статуса кризисного предприятия; детальная проработка возможных действий по минимизации негативных последствий; проект по минимизации издержек; анализ непрочных, нестабильных мест; в случае глубокого кризиса возникает нужда в специфическом плане.

3. После кризисное управление. В данном состоянии акцент делается на «восстановление сил предприятия» и стабилизацию его положения. Средства управления: – программы по приведению предприятия «в чувства»; разработка приемов, направленных на выявление и устранение ослабленных сегментов предприятия; внесение инновационных разработок.

Вместе с этим, важно не забывать о необходимости таких средств маркетинга в антикризисном управлении, как информационные и коммуникационные составляющие, поскольку своевременная и достоверная информация для оценки текущей ситуации чрезвычайно необходима. Таким образом, роль маркетинга на всех этапах антикризисного управления чрезвычайно велика, а исследование и использование его инструментов для решения конкретных управленческих задач весьма актуально.

Список используемых источников:

1. Далиновский М.С., Лапенкин В.З. Антикризисное управление. М.: РИОР, 2009. 424 с.
2. Сутолов Е.В. Антикризисное управление. М.: РИОР, 2010. 106 с.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.104

Поступила (Received): 02.03.2016

Дягель О.Ю., Лисовец Ю.Е.

Обоснование концептуальных основ формирования методического обеспечения анализа эффективности деятельности региональных Дирекций социальной сферы – структурных подразделений ОАО «РЖД»

Dyagel O.Yu., Lisovets Yu.E

Justification of conceptual bases of formation of methodological support of the analysis of efficiency of activity of the regional directorates of social sphere – structural subdivisions of JSCo "RZD"

Изложены теоретические положения, формирующие концептуальную основу для формирования методики анализа эффективности деятельности Дирекций социальной сферы, являющихся структурными подразделениями ОАО «РЖД»

Ключевые слова: экономика железнодорожного транспорта, дирекция социальной сферы, методика анализа предприятий железнодорожного транспорта

The theoretical position, forming a conceptual framework for the formation of methods of analysis of efficiency of activities of the Directorate of the social sphere, is a subdivision of JSCo "RZD"

Key words: economy of Railway Transport, the management of social services, the method of analysis of railway transport companies

Дягель Оксана Юрьевна

Кандидат экономических наук, доцент
Красноярский институт железнодорожного транспорта (филиал ИГУПС)
г. Красноярск, ул. Ладос Кецохели, 89

Dygel Oksana Yuryevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Krasnoyarsk institute of railway (branch of the ISURT)
Krasnoyarsk, Lado Ketskhoveli st., 89

Лисовец Юлия Евгеньевна

Студент
Красноярский институт железнодорожного транспорта (филиал ИГУПС)
г. Красноярск, ул. Ладос Кецохели, 89

Lisovets Yulia Evgenievna

Student
Krasnoyarsk institute of railway (branch of the ISURT)
Krasnoyarsk, Lado Ketskhoveli st., 89

Результативность инновационного развития экономики ОАО «РЖД», которая во многом определяет укрепление лидирующих позиций железнодорожных перевозок на рынке транспортных услуг РФ, находится в зависимости от ряда факторов эндогенного и экзогенного характера. К числу первых относится и совокупность физических, интеллектуальных, личностных, а также иных качеств работников данной организации, определяющих возможность их участия в трудовой деятельности, в решении поставленных задач стратегического развития железнодорожной отрасли. Формирование условий для развития таких

качеств, обеспечивающих рост трудового потенциала предприятий железнодорожного транспорта, является одной из приоритетных задач региональных Дирекций социальной сферы – структурных подразделений ОАО «РЖД» (далее – ДСС). В данном контексте можно утверждать, что обеспечение роста результативности и эффективности деятельности региональных ДСС, является важным вектором обеспечения роста конкурентоспособности ОАО «РЖД». Понимая важность решения данной задачи, мы убеждены, разделяя тем самым мнение И.И. Добросердовой, О.Ю. Корниенко, Т.П. Сацук, В.А. Черненко, О.В. Коневой и других исследователей [1; 4; 5; 6 и др.], что успешность ее решения зависит от качества применяемого методического обеспечения экономического анализа и финансового контроля протекающих хозяйственных процессов в деятельности корпораций. Обоснование концептуальных основ формирования методического обеспечения именно экономического анализа является целью данной публикации.

Прежде всего, подчеркнем, что под методическим обеспечением нами понимается «совокупность конкретных приемов, способов и средств, применяемых в заранее определенной последовательности их использования для достижения поставленной цели в ходе изучения объекта Содержание методики ... определяется характером предмета исследования, стоящими целью и задачами исследования» [2, с.10]. Кроме того, мы считаем, что построение методики анализа любого объекта, должно иметь в своей основе четкое понимание: (а) специфики деятельности и особенностей реализации основных бизнес-процессов анализируемого предприятия; (б) дефиниций основных категорий, традиционное толкование которых должно интерпретироваться в отраслевом векторе их преломления.

Принимая за основу данную позицию, акцентируем внимание, что региональные ДСС занимаются комплексной организацией спортивных и культурно-массовых мероприятий, оздоровления и отдыха для всех возрастных категорий граждан по всей территории в границах региональных железной дороги. В процессе осуществления этой деятельности ДСС обеспечивают увеличение экономических выгод ОАО «РЖД» за счет получаемых доходов от использования объектов социальной сферы, которые традиционно включают: объекты культуры (дома культуры, клубы железнодорожников и т.п.), объекты спорта (спортивные комплексы, стадионы), а также объекты оздоровления и отдыха (санатории, дома и базы отдыха, детские лагеря). Специфика решения задач, возложенных на каждый объект социальной сферы из перечисленных, обуславливает необходимость разработки специальной системы аналитических показателей, которая традиционно в теории экономики железнодорожного транспорта [3; 5; 8] классифицируется на объемные показатели и показатели качества работы структурных подразделений.

Кроме того, сама специфика функционального предназначения ДСС в хозяйственном механизме ОАО «РЖД» вызывает необходимость уточнения понятия «эффективность деятельности ДСС». В частности, под ним нами подразумевается достижение наибольшей величины получаемого финансового и социального эффектов от оказания услуг объектов социальной сферы ОАО «РЖД» при минимизации затрат, достигаемой за счет относительной экономии ресурсов и

повышения их (объектов) мощности. Отталкиваясь от данной дефиниции, целью анализа эффективности деятельности ДСС следует рассматривать выявление резервов: (а) роста доходов объектов социальной сферы ОАО «РЖД», (б) повышения использования их эксплуатационных мощностей и (в) относительного сокращения расходов, осуществляемых в процессе основной деятельности ДСС.

В этой связи задачи анализа эффективности деятельности региональных ДСС сводятся к следующему их перечню:

1. Изучение и оценка достигнутого экономического эффекта деятельности (анализ доходов, получаемых каждым объектом социальной сферы в разрезе балансовых единиц).

Рис. 1. Совокупность концептуальных положений формирования методического обеспечения анализа эффективности деятельности региональных ДСС ОАО «РЖД»

2. Изучение и оценка эффективности использования хозяйственных ресурсов (анализ экономической отдачи ресурсного обеспечения основной дея-

тельности, т.е. оценка величины и динамики дохода, получаемого каждым объектом социальной сферы в разрезе балансовых единиц с каждой единицы ресурсов, дифференцированных по их определенным группам и видам).

3. Изучение и оценка финансовой эффективности деятельности (анализ расходов и финансовых результатов, получаемых каждым объектом социальной сферы в разрезе балансовых единиц, а также их окупаемости и рентабельности).

Визуализация совокупности концептуальных положений формирования методики анализа эффективности деятельности региональных ДСС приведена нами на рис.1.

В заключении отметим, что именно данная совокупность положений в нашем понимании формирует методологическую основу разработки содержания этапов проведения анализа эффективности хозяйственной деятельности ДСС, включая аналитические приемы обработки исходной эмпирической информации, систему применяемых экономических показателей, и критериев их оценки.

Содержание самой методики анализа эффективности хозяйственной деятельности ДСС региональных железных дорог ОАО «РЖД» будет раскрыто в последующих публикациях авторов.

Список используемых источников:

1. Береговой В.А. и [др.]. Актуальные проблемы корпоративных финансов: коллективная монография. Санкт-Петербург: Астерион, 2015. 168 с.
2. Дягель О.Ю. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Красноярск, 2011. 232 с.
3. Иваненко А.Ф. Анализ хозяйственной деятельности на железнодорожном транспорте. М.: Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2011. 692 с.
4. Конева О.В. Инновационный подход к системе управления хозяйствующим субъектом // Вопросы экономики и права. 2014. № 74. С. 189-193.
5. Сацук Т.П. Система ключевых показателей результативности в экономике организаций железнодорожного транспорта // Известия Петербургского университета путей сообщения. 2015. № 1 (42). С. 144-148.
6. Сацук Т.П. Управление устойчивым развитием корпорации // Развитие экономической науки на транспорте. Санкт-Петербург, 2015. С. 68-69.
7. Андреев Б.Ф. и др. Экономика железнодорожного транспорта. М.: Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2012. 536 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/16263>
8. Терешина Н.П. и др. Экономика железнодорожного транспорта. М.: Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2011. 676 с.

© 2016, Дягель О.Ю., Лисовец Ю.Е.

Обоснование концептуальных основ формирования методического обеспечения анализа эффективности деятельности региональных Дирекций социальной сферы – структурных подразделений ОАО «РЖД»

© 2016, Dyagel O.Yu., Lisovets Yu.E

Justification of conceptual bases of formation of methodological support of the analysis of efficiency of activity of the regional directorates of social sphere – structural subdivisions of JSCo "RZD"

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.108

Поступила (Received): 27.03.2016

Жданович А.Т., Кузнецова Е.Ю.
Сущность и роль возвратной логистики
для современных предприятий

Zhdanovich A.T., Kuznetcova E.Yu.
The essence and role of returnable logistics for modern enterprises

В статье рассматривается сущность возвратной логистики, приводятся основные причины и факторы, обуславливающие ее целесообразность и эффективность. Авторами раскрываются этапы возвратной логистики и альтернативные пути использования возвращаемых товаров в условиях современной экономики

Ключевые слова: логистика, возвратная логистика, этапы возвратной логистики, возвращаемые товары

The article describes the nature of returnable logistics. The main reasons and factors which determine its appropriateness and effectiveness are discussed. The authors describe returnable logistics' stages and alternative ways of using the returned products in conditions of modern economy

Key words: logistics, returnable logistics, returnable logistics' stages, consumer, returned products

Жданович Анастасия Тадьевна

Студент

Поволжский государственный университет
сервиса

г.о. Тольятти, ул. Гагарина, 4

Anastasia Zhdanovich Tadiyevna

Student

Volga region state university of service
Togliatti, Gagarin st., 4

Кузнецова Елена Юрьевна

Кандидат экономических наук, доцент

Поволжский государственный университет
сервиса

г.о. Тольятти, ул. Гагарина, 4

Kuznetcova Elena Yurevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Volga region state university of service
Togliatti, Gagarin st., 4

В условиях современной рыночной экономики предприятиям приходится постоянно адаптироваться к условиям среды функционирования. Ужесточение законодательства в области защиты прав потребителей, экологические требования, рост объемов интернет-продаж, сокращение жизненного цикла выпускаемой продукции и прочие факторы вынуждают предприятия нести ответственность за свой товар, а значит, сталкиваться в своей практической деятельности с проблемой возврата продуктов покупателями. Это в свою очередь предопределило возникновение и развитие возвратной логистики, выделяемой в настоящее время в качестве самостоятельной составляющей бизнес-логистических процессов субъектов предпринимательства.

Экономическая наука говорит о том, что логистика в целом есть процесс планирования, осуществления и контроля эффективности движения потоков сырья, полуфабрикатов, готовой продукции и сопутствующей им информации

от точки происхождения материалопотоков до точки потребления с целью удовлетворения потребностей потребителей [1, с. 32]. Возвратная логистика как функциональная область включает в себя все перечисленные организационно-управленческие действия, присущие логистике, которые, однако, осуществляются в обратном порядке. Иными словами, возвратная логистика представляет собой процесс планирования, осуществления и контроля эффективности движения потоков сырья, полуфабрикатов, готовой продукции и сопутствующей им информации из точки его потребления к точке их происхождения с целью восстановления/возврата их ценности или обеспечения правильной утилизации товаров.

Бытует мнение, что возвратная логистика сопряжена только с убытками. Если рассматривать возвратную логистику в долгосрочной перспективе, то становится очевидно, что правильная организация данного процесса способствует формированию позитивного имиджа предприятия и благосклонного отношения к нему партнеров и потребителей.

Очевидно, что большую часть возвратов продукции инициирует потребитель. В табл.1 представлены данные о среднем уровне возврата продукции потребителями, основанные на анализе данных различных источников.

Таблица 1. Средний процент возврата продукции потребителями по ее категориям

№ п/п	Категории продукции	Средний процент возврата, %
1	Книжная продукция	12,5
2	Компьютеры и комплектующие	14
3	Одежда	35
4	Продукция массового потребления	10
5	Товары, купленные через интернет	50

Из данных, представленных в табл.1, можно сделать вывод, что возвратная логистика характеризуется значительными масштабами, а возврат продукции является вполне закономерным процессом. Именно это обуславливает важность возвратной логистики и эффективности ее организации на современных предприятиях.

Определяя сущность возвратной логистики, стоит перечислить основные причины, по которым продукт вынужден проходить возвратный логистический путь [1, с. 55]. Среди них выделяют следующие:

– неудовлетворенность потребности потребителя (законодательством различных стран о защите прав потребителей предусмотрен определенный период времени, в течение которого потребитель за рядом исключений может вернуть товар производителю в случае несоответствия его требованиям);

– проблемы, связанные с эксплуатацией продукта (сложности установки или эксплуатации продукта, которые могут быть идентифицированы потребителем в качестве брака);

– гарантийные обязательства и брак (бракованные, переставшие функционировать в течение гарантийного периода обслуживания товары);

- проблемы, связанные с доставкой продукции (неполная партия, комплект изделий, доставленных или проданных потребителю);
- возврат непроданной продукции;
- окончание жизненного цикла продукции или ее замена (замена негодной продукции на новую);
- отзыв продукции производителем (устранение ошибок производства);
- интернет-продажи.

Обязательным условием возвратной логистики является учет специфики продукта. Так, например, возврат продуктов питания, как правило, предполагает их утилизацию, однако при возврате техники можно рассмотреть варианты разбора товара на запчасти или проведение ремонта для устранения выявленных недостатков.

Расходы же, сопряженные с возвратами продукции, напрямую зависят от ее объема, а также методов обработки. Следовательно, эффективная организация возврата позволяет сократить данный показатель, что оказывает влияние на величину формируемых финансовых результатов деятельности предприятия.

Выделяют следующую последовательность этапов осуществления возвратной логистики:

- местная фильтрация;
- сбор;
- сортировка;
- утилизация.

На этапе местной фильтрации производится идентификация продукции предприятия, что позволяет исключить ошибки при работе с возвратной продукцией. Идентификаторами в данном случае выступают коды, артикулы и другие отличительные метки, которыми отмечается произведенная продукция.

На этапе сбора сотрудникам предприятий необходимо отправлять продукцию на специализированные склады. Важно учитывать, что вернувшийся товар нельзя смешивать с вновь поступившим или хранящимся на складе. Для возвращаемых продуктов должно быть отведено специальное место, в котором его будут хранить или обрабатывать. Для обоснования данного условия существует ряд причин, среди которых:

- предотвращение потерь возвращенного продукта;
- предотвращение перемешивания продукта с подготовленными клиентами продуктами;
- предотвращение ненамеренной отгрузки вернувшихся продуктов, не прошедших обработку.

Стоит отметить, что для сбора возвращаемой продукции существует много различных способов и данный этап возвратной логистики может иметь резервы, реализация которых позволит сократить расходы предприятия.

На этапе сортировки происходит принятие решения о дальнейших действиях в отношении возвращаемой продукции. Можно выделить несколько основных вариантов использования возвращаемой продукции (табл.2).

Таблица 2. Альтернативные пути использования возвращаемых товаров

№ п/п	Альтернативные пути использования	Варианты
1	2	3
1	Продажа в текущем состоянии	Перепродажа продукции как новой
		Перепродажа продукции с уценкой
		Перепродажа на интернет-аукционе
		Перепродажа на вторичном рынке
2	Продажа после ремонта (полностью/частично)	Ремонт
		Восстановление или переделка в другой продукт
		Модификация продукта
		Переработка
3	Ликвидация	Отправка в утиль
		Пожертвование

Для эффективной организации возвратной логистики предприятий следует рассматривать данный вид деятельности как неотъемлемую часть общей работы, а не как изолированную функцию, к которой обращаются в последнюю очередь [2, с. 219].

Кроме того, большую роль в возвратной логистике играет анализ данных о возвращаемой продукции, который должен быть направлен на выявление причин возврата и их последствий, а также предотвращение возврата продукции. Грамотная организация возвратной логистики включает в себя непрерывный сбор информации и составление необходимой отчетности. Эффективное использование полученной информации может способствовать снижению объема возвращаемой продукции и повышению уровня удовлетворенности потребителей.

Целесообразным является отметить, что пристальное внимание возвратной логистике уделяется, прежде всего, в развитых странах, в то время как развивающиеся страны, в т.ч. Россия, не успели осознать, что грамотное управление возвратными потоками позволяет получить дополнительную прибыль и существенно снизить расходы. Для российских предприятий широко распространенной ситуацией является полное игнорирование необходимости применения возвратной логистики либо использование ее инструментов по мере надобности. Данный факт обуславливается рядом причин:

- невысокий процент возвратов (средний процент возврата продукции составляет 4-7%, что является приемлемым для предприятия уровнем. Чаще всего, возвращенные товары продаются с уценкой);

- незнание российским потребителем своих прав или неспособность и нежелание их отстаивать (низкий процент возвратов объясняется недостаточной осведомленностью потребителей о положениях законодательной базы, регламентирующей процесс возврата приобретенных товаров);

– теневая экономика (использование серых схем движения товаров по цепи поставок).

Таким образом, российская практика применения возвратной логистики не располагает значительным и сколь-нибудь эффективным опытом в этой сфере. В то же время проведенный нами анализ факторов, влияющих на результативность организации возвратной логистики на отечественных предприятиях, позволяет отметить, что они по природе своей в большей степени являются внешними. Следовательно, развитие возвратной политики на современных российских предприятиях зависит не только от внутренних особенностей предприятия, но и от конъюнктуры конкретного рынка функционирования, что требует от руководства тщательного изучения условий работы и преимуществ, обеспечиваемых эффективным применением инструментов возвратной логистики.

Список используемых источников:

1. Бродецкий Г.Л. Управление рисками в логистике. Академия, 2010. 187 с.
2. Гаррисон А. Логистика. Стратегия управления и конкурентирования через цепочки поставок. Дело и Сервис, 2010. 367 с.
3. Григорьев М.Н. Логистика. Базовый курс. Юрайт, 2012. С. 812-818. URL: <http://elibrary.tolgas.ru>
4. Никифоров В.С. Логистика. ТрансЛит, 2013. 255 с.

© 2016, Жданович А.Т., Кузнецова Е.Ю.
Сущность и роль возвратной логистики для
современных предприятий

© 2016, Zhdanovich A.T., Kuznetcova E.Yu.
The essence and role of returnable logistics for
modern enterprises

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.113

Поступила (Received): 02.03.2016

Жохова М.В., Шарафутдинова Р.Р., Хачин С.В.
Формирование и развитие системы мотивации труда

Zhokhova M.V., Sharafutdinova R.R., Khachin S.V.
Formation and development of labor motivation system

В данной статье рассмотрены основные методы мотивации труда подробно расписаны их подразделяющие пункты, рассмотрено эффективность мотивационной деятельности, обоснована необходимость управления персоналом. Рассмотрен смысл мотивации трудовой деятельности

Ключевые слова: труд, система мотивации, методы мотивации труда, управление персоналом

Жохова Мария Вячеславовна

Студент

*Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30*

Шарафутдинова Рузана Руслановна

Студент

*Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30*

Хачин Степан Владимирович

Кандидат технических наук, доцент

*Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30*

This article describes the basic methods of labor motivation in detail painted their points are divided, considered the effectiveness of motivational activities, justified the need for human resource management. Considered the meaning of motivation of labor activity

Key words: labor, incentives, motivation techniques labor, personnel management

Zhokhova Maria Vyacheslavovna

Student

*National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenin ave., 30*

Sharafutdinova Ruzana Ruslanovna

Student

*National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenin ave., 30*

Khachin Stepan Vladimirovich

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor

*National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenin ave., 30*

Сектор средней и малой предпринимательской деятельности играет достаточно важную роль для социально-экономического развития регионов: помогает сократить безработицу, увеличивает уровень комфорта населения, повышает бюджеты регионов, считается основой при формировании среднего класса. Малый бизнес может как быстро реагировать на изменение текущего спроса так и быстрой скоростью заполнять ниши, уже создавшиеся в потребительской сфере. Но и достаточно быстро окупаться, создавая конкурентную среду [3].

Качество продукта, которое оказывает предприятие в текущих условиях, в большей части зависит от персонала. Существующая статистика демонстрирует, что сильным толчком для увеличения деятельности труда сотрудников и производительности деятельности производства считается увеличение мотивации для самих сотрудников. Мотивация труда – это цель преследуемая работником, для удовлетворения своих потребностей.

Суть мотивационного трудовой деятельности изучается в научных работах многих авторов. С учетом различий во мнениях и способах решения проблем, их объединяет общее мнение где понятие мотивация – это множество вариантов мотивов, побуждающие человека к соответствующей рабочей активности [2].

Результаты исследований демонстрируют, что на текущий момент времени большинство предприятий используют методы материального стимулирования, так как нематериальное стимулирование считается весьма неэффективным, и используется крайне редко.

Самым распространенным методом мотивирования труда является система премирования, которая позволяет сформировать дальнейшее поведение работника нужное самой фирме. Важной задачей руководителя является стабильное адаптирование критериев к целям фирмы. При этом в целом большинство предприятий использует общие технологии премирования. Однако, существуют различные отличия и специфики, которые необходимо учитывать в малом бизнесе. Это тесно объединено, с малым количеством работников.

Существенная эффективность напрямую связана от правильного выбора критериев для оценивания реальной помощи от каждого работника и так же отношение его рабочей деятельности с конечной запланированной точкой деятельности компании. Удовлетворенность материальным вознаграждением мотивирует людей и формирует у них приверженность организации. Кроме премирования, как отмечалось ранее, существуют не только экономические методы мотивации труда [4].

Рассмотрим методы морально-психологической мотивации. Эти методы включают в себя следующие пункты:

- Формирование у человека ответственности полностью зависимой от него самого, эта ответственность за им проделанную работу.
- Создание для сотрудника атмосферы для возможности проявить себя в трудовой деятельности;
- Задачи и цели вдохновляющие людей на качественно проделанную работу.

Так же существуют организационные методы мотивации в трудовой деятельности. Они включают:

- Приобретение новых знаний и навыков, возможности повышения своей квалификации;
- Непосредственное воздействие в социальных делах организации
- Возможность повышения квалификации, карьерный рост.

Руководство подчиненными осуществляется воздействием на них всевозможными способами. Для этого вводится аналитическая оценка персонала, с помощью которой можно определить, в какой мере сотрудник подходит на существующее вакантное место. При этом важно учитывать основные знания и умения работника, чтобы в дальнейшем дать ему ту работу которая будет ему по силам. И в которой он сможет реализовать себя.

Можно сделать вывод что, управление персоналом – это сфера специфической деятельности, осуществляющиеся с упором в разнообразие методов оказывающих воздействие на работников [2].

Итак, мотивация сотрудников и методы которые будут применены в конкретной компании, зависят как от детального изучения потребностей сотрудников так от самой уже сложившейся системы мотивирования в фирме. Так же от самой управленческой деятельности и специфических особенностей самой компании, а так же от периода жизненного цикла компании.

Список используемых источников:

1. Егоров К.А., Соянов А.С., Лапудин Д.О. Управление персоналом. М.: Приор, 2011.
2. Сиразитдинова Ю.А., Стоцкая Е.Н. Проблемы становления и совершенствования культуры предпринимательства // Актуальные проблемы развития предпринимательства. 2014. С. 54-61.
3. Ермакова Н.Ю. Состояние и тенденции малого бизнеса в Ставропольском крае // Проблемы и перспективы развития современного предпринимательства. 2011. С. 38-41.
4. Климова В. Совершенствование мотивационного механизма организации // Человек и труд. 2010.

© 2016, Жохова М.В., Шарафутдинова Р.Р.,
Хачин С.В.

Формирование и развитие системы мотивации
труда

© 2016, Zhokhova M.V., Sharafutdinova R.R.,
Khachin S.V.

Formation and development of labor motivation
system

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.116

Поступила (Received): 30.03.2016

Зайнутдинов Д.И.
Рекламная деятельность информационного агентства

Zainutdinov D.I.
Advertising activity information agency

Данная статья посвящена рекламной деятельности информационного агентства. В условиях рыночного хозяйства для успешной работы его субъектов особое значение приобретает способность правильно применять современные инструменты воздействия на складывающуюся в нем ситуацию. Совокупность подобных инструментов и составляет основу маркетинга

Ключевые слова: реклама, размещение рекламы, маркетинг, географические участки, товары и услуги

Зайнутдинов Дамир Искандерович

Студент

Казанский государственный энергетический университет

г. Казань, ул. Красносельская, 51

This article is devoted to advertising information agency. In a market economy to the success of its subjects is particularly important ability to correctly apply modern tools influence on the evolving situation in it. The collection of such tools is the basis of marketing

Key words: advertisement, advertising, marketing, geographic areas, products and services

Zaynutdinov Damir Iskanderovich

Student

Kazan state power engineering university

Kazan, Krasnoselskaya st., 51

Важность рассматриваемой темы обусловлена тем, что успеха нельзя добиться, если не знать всех аспектов состояния и перспективы рынка, его нужд и запросов потребителей в рамках целевого рынка. Необходимо: производить товар с необходимыми потребительскими свойствами, реализовывать его посредством оптимальной цены, умело донести до потребителя идею ценности вашего товара; найти способных посредников, чтобы товар оказался широкодоступным и всесторонне представленным публике; продвигать товар таким образом, чтобы потребители смогли узнать о нем максимум информации и у них появилось желание его приобрести.

Если производителя лишить такой важной части связи с клиентами, какой является реклама, то он перестанет выделять деньги в улучшение старых и создание новых товаров. Стремление к развитию и конкуренция в предпринимательстве неизменно будет убывать [1].

В современных условиях развития экономики, когда в крупных коммерческих проектах принимают участие широкие массы, учет общественного мнения, умение манипулировать им, налаживание общественных связей становится необходимым условием развития товарно-денежных отношений. При грамотной

организации реклама очень эффективна и способствует быстрой бесперебойной реализации производимой продукции. Но для того, чтобы реклама работала, нужно разработать стратегию рекламной кампании [2].

Ведущее информационное агентство Республики Татарстан (РТ), более чем за 20 лет заслужило авторитет крупнейшего информационного агентства Татарстана, Поволжья, России и СНГ. Основные цели и задачи агентства это:

- 1) сбор и распространение на территории РТ и за ее пределами информации обо всех аспектах жизни республики;
- 2) объективный анализ и достоверный комментарий событий;
- 3) поиск за пределами РТ информации, предоставляющей интерес для республики;
- 4) выполнение заявок СМИ на конкретную информацию, анализ и прогноз;
- 5) оперативное распространение заявлений высших государственных организаций РТ;
- 6) отражение широкого спектра мнений по важным вопросам государственных органов власти РТ;
- 7) развитие современных средств информации;
- 8) проведение творческих конкурсов, выставок, презентаций при активной помощи средств массовой информации.

К основным рекламным возможностям информационного агентства можно отнести:

1. Размещение рекламной информации на сайте.

Сайт информационного агентства – основной информационный продукт агентства – завоевал популярность и доверие среди широкой и влиятельной аудитории.

2. Размещение баннеров на сайте.

Баннерная реклама – это графическое размещение рекламного характера для привлечения потенциальных клиентов. По сути – это гиперссылка, ведущая на сайт рекламодателя или страницу с дополнительной информацией. Подходит для продвижения новых сайтов, товаров и услуг.

3. Размещение видеорекламы.

Видеореклама – это показ рекламного ролика заинтересованной аудитории на различных сайтах. Размещение рекламных видео-роликов на различных сайтах посвященных определённой тематике способствует повышению имиджа компании, увеличивает узнаваемость на рынке.

4. Услуги пресс – центра.

На базе информационного агентства создан современный технически оснащенный пресс-центр, и на сегодняшний день, являющийся одним из востребованной площадкой для проведения мероприятий для прессы.

5. Размещение информации и рекламы во вкладке в районные и городские газеты РТ.

Реклама в газетах отличается возможностью локального охвата, так как газеты распространяются на определенных географических участках и содержат в себе информацию, большей частью посвященной именно конкретному

району. Газеты, таким образом, удобно использовать для покрытия определенного локального рынка.

6. Ежедневный обзор Российской и Республиканской прессы.

Производится мониторинг республиканской, федеральной и мировой прессы, ежедневный мониторинг готовится собственной аналитической группой в режиме on – line. Ценность этого продукта заключается в том, что мониторинг, минуя все фильтры (секретариат, приемная, канцелярия, помощники, советники, заместители и т.д.) благодаря своей эксклюзивности не воспринимается как рекламный или электронный спам и попадает 2 раза в сутки в 7.00 и 12.00, на стол руководителей, либо уполномоченных ими лицами.

Проведенный анализ позволил выделить следующие методы улучшения рекламной деятельности:

1. Метод локализации. Предполагает размещение рекламы в узком круге распространения, то есть в определенном субъекте РФ, городе, районе, это позволяет рекламодателям ориентироваться на рекламу в определенно выбранном им месте. И цена на такую рекламу будет гораздо ниже, чем размещать рекламу в крупных городах, где продукт или услуга рекламодателя не будет пользоваться спросом. Так же этот метод позволяет рекламодателю оценить спрос на свой товар [3].

2. Метод сезонных коэффициентов. Предусматривает использование увеличения и уменьшения коэффициентов. Это позволит различным по уровню рекламным организациям держаться на уровне в поступлении денежных средств, за счет изменения коэффициентов в определенные сезонные факторы, так как: не каждый продукт или услуга пользуются спросом круглый год; сезонность наблюдается не только в рекламе в СМИ, так же присутствует в товарах и услугах; избыточный спрос, наблюдается в конце года и весной, и количество предложений заметно увеличивается.

3. Метод абонементов. Этот метод выгоден рекламодателю, так как за определенное количество суммы рекламодатель может разместить неограниченное количество информации, что позволит привлечь не только крупных организаций, но и малых и средних организаций. Прежде всего, этот метод выгоден для малых и средних организаций, бюджет которых не позволяет часто рекламировать свои товары и услуги.

В заключении хотелось бы отметить, что оценка эффективности рекламы является сложной задачей, поскольку реклама не выдает полного эффекта моментально. Кроме того, рост товарооборота нередко вызывается не рекламными факторами. Поэтому получить на практике точные данные об экономической эффективности достаточно проблематично и трудоемко.

Список используемых источников:

1. Веселов С.В. Оценка эффективности рекламной деятельности // Рекламные технологии. 2000. № 4. С. 14-16.
2. Кадышев Е.Н., Ергунова О.Т. Региональный маркетинг: теория и практика. Чебоксары, 2011. С. 34.
3. Шлычков В.В., Нестулаева Д.Р., Алафузов И.Г. Малый бизнес о векторе социально – экономического развития и своей роли в модернизационном процессе экономики России: взгляд из региона // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 2. С. 97-100.

© 2016, Зайнутдинов Д.И.

Рекламная деятельность информационного
агентства

© 2016, Zainutdinov D.I.

Advertising activity information agency

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.120

Поступила (Received): 30.03.2016

Зайцева Е.В.**О некоторых подходах к исследованию понятия и содержания категории «малое предпринимательство»****Zaytseva E.V.****On some approaches to the study of the concept and content of "small business" category**

В статье рассматриваются теоретические вопросы исследования понятия и содержания экономической категории «малое предпринимательство». Анализируются различные подходы к классификации субъектов предпринимательства и критерии отнесения их к категории «малого предпринимательства». В целях понимания экономической сущности и значения, а также роли и места в жизни общества, малое предпринимательство предложено рассматривать в трех аспектах: как социально-экономическую категорию; как форму хозяйствования; как особый тип экономического поведения. Обосновывается ключевая роль малого предпринимательства в решении современных задач социально-экономического развития общества

Ключевые слова: малое предпринимательство, малые предприятия, бизнес, экономическая сущность предпринимательства

Зайцева Екатерина Валентиновна

Магистр

Уфимский государственный университет экономики и сервиса

г. Уфа, ул. Чернышевского, 145

The article discusses the theoretical research questions the concept and content of economic categories "small business". Different approaches to classification of business entities and the criteria for designation as a "small business" category. In order to understand the substance and value, as well as the role and place in society, small business proposed to be considered in three aspects: as a socio-economic category; as a form of management; as a particular type of economic behavior. Substantiates the key role of small businesses in solving modern problems of socio-economic development of society

Key words: small business, small business, business, economic essence of entrepreneurship

Zaytseva Ekaterina Valentinovna

Master

Ufa state university of economics and service

Ufa, Chernyshevskogo st., 145

Проблема экономических интересов субъектов малого предпринимательства в настоящее время является актуальной и анализируется экономистами, общественными деятелями, руководителями разного уровня. Так, существует мнение, что экономические интересы субъектов малого предпринимательства должны быть реализованы преимущественно в процессе взаимодействия с крупным бизнесом. Субъекту малого предпринимательства в таких условиях отводится вспомогательная роль со значительным ограничением самостоятельности.

Между тем, изучая вопросы малого предпринимательства в РФ, необходимо обратиться к самому понятию малого предпринимательства.

Малое предпринимательство – сектор экономики, который определяется деятельностью субъектов малого предпринимательства на рынке товаров, работ и услуг. Субъектом малого предпринимательства является малое предприятие.

Малые предприятия в развитых странах занимают прочные позиции в таких отраслях, как торговля, строительство, автосервис, сфера услуг. При этом осуществляется активная диверсификационная политика малого бизнеса в новые области производства – машиностроение, энергетику, энерготехническую, химическую промышленность, приборостроение, транспортные перевозки и коммуникации, телекоммуникации, информационные технологии, а также другие наукоемкие, высокотехнологичные сферы производства.

В мировой практике существуют различные подходы к классификации «предпринимательства» и критерии отнесения его к «малому предпринимательству». К наиболее часто применяемым критериям относятся: численность персонала малого предприятия (среднесписочная численность постоянных сотрудников и сотрудников, работающих по совместительству); размер уставного капитала; финансовые показатели деятельности малого предприятия (объем чистой прибыли, размер совокупного дохода, оборачиваемость активов); вид деятельности предприятия.

Понятия "предпринимательство" и "малое предпринимательство" не являются синонимами. Если в научной литературе есть довольно стройная экономическая теория "предпринимательства", то понятие "малое предпринимательство" еще находится в стадии изучения и систематизации. Многие ученые дают свое определение малого предприятия и малого предпринимательства.

Российский экономист А. Цыганов отмечает что "малое предприятие – самостоятельный и наиболее типичный субъект экономической жизни со своими отличительными особенностями, закономерностями, преимуществами и недостатками" [1].

Американские экономисты Д. Речмен и М. Нескон определяют малое предприятие как "фирму, которой управляет независимый владелец, которая не занимает в своей отрасли доминирующего положения, и отвечает определенным критериям по числу занятых и реализации объемов производства" [2].

В Большом экономическом словаре под редакцией А. Азрилияна приводится следующее определение – "малый бизнес – это принятое обозначение совокупности мелких и средних частных предприятий, не входящих ни в одно монополистическое объединение и выполняющих подчиненную по отношению к монополиям роль в экономике" [3].

В отечественной литературе широко используются термины "малое предпринимательство", "малый бизнес", "мелкий бизнес", малые и средние предприятия. В российском законодательстве официально принят термин "малое предпринимательство". В англоязычной литературе под термином "small business" обычно понимают мелкие и средние предприятия. В европейских странах и Япо-

нии принят термин "мелкие и средние предприятия". Немецкий "миттельштанд" означает средний слой. В международной статистике общим правилом является выделение сектора малых и средних предприятий (МСП).

Такие понятия, как «малый и средний бизнес», «малые и средние предприятия (МСП)», «предприятия малого и среднего бизнеса» и т. п., за прошедшие 15 лет стали широко использоваться в специализированной литературе и в деловой среде. К основным категориям, определяющим экономическую сущность предпринимательства, относятся [4]:

- использование инвестиционных механизмов, включающих методы поиска и отбора источников вложений, формы и направления работы с инвесторами, каналы, способы и сроки окупаемости вложенных финансовых и материальных средств;

- программирование и планирование предпринимательской деятельности, состоящие из перспективных программ, средне- и краткосрочных проектов и бизнес-планов, по этапам и стадиям производства, переработки и реализации продукции;

- финансовое, кредитное и материально-техническое обеспечение предпринимательского процесса;

- общая ценовая политика и гибкое регулирование закупочных, отпускных и розничных цен на продукцию, работы и услуги предпринимателя в зависимости от состояния рынка;

- организация коммерческого и хозяйственного расчета в структурных подразделениях предприятия;

- стимулирование и мотивация труда наемных работников субъекта предпринимательства;

- нормализация налогооблагаемой базы организаций в рамках норм и правил Налогового кодекса и других федеральных законов;

- маркетинг, охватывающий не только сферу сбытовых, торговых и закупочных операций, но и сферу производства, ориентированную на выпуск конкурентоспособной по качеству, цене, ассортименту, срокам поступления на рынок и другим параметрам продукции;

- организация учета и расчетов, основанных на регулярности, достоверности и прозрачности товарных, денежных и иных операций.

Для понимания экономической сущности и значения малого и среднего предпринимательства, его роли и места в жизни общества можно рассматривать МСП в трех аспектах: как социально-экономическую категорию; как форму хозяйствования; как особый тип экономического поведения.

Для характеристики малого и среднего предпринимательства как социально-экономической категории требуется установление его субъектов и объектов. В этом аспекте "малое и среднее предпринимательство" и "предпринимательство" во многом тождественны, так как в обоих случаях субъектами являются предприниматели, а объектами продукт (товар или услуги). Но особенностью МСП является то, что, как правило, функции предпринимателя и собственника соединены [5].

Таким образом, малое и среднее предпринимательство как социально-экономическая категория – это специфическая деятельность, преимущественно предпринимателя-собственника, по осуществлению наиболее эффективной комбинации экономических ресурсов на инновационной, рискованной основе, на полной экономической ответственности, с целью получения предпринимательского дохода.

Как показывает анализ экономической литературы, под формой хозяйствования следует понимать совокупность организационных, управленческих, финансовых и других структур предприятия, функционирующих на основе той или иной формы собственности. В мировой практике существует большое разнообразие критериев выделения малого предприятия как особой формы хозяйствования. Как правило, наиболее общими критериальными показателями, на основе которых субъекты хозяйственной деятельности относятся к субъектам малого предпринимательства, являются: численность персонала, размер уставного капитала, величина актива, объем оборота (прибыли, дохода). По данным Мирового банка, общее число показателей, по которым предприятия относятся к субъектам малого предпринимательства, превышает 50 [6].

В западной экономике различают три основные юридические или правовые формы собственности: индивидуальную, партнерство и акционерную.

Большинство мелких предприятий в развитых странах находится в индивидуальной форме собственности. С юридической точки зрения индивидуальная, или единоличная, форма собственности представляет собой неограниченную ответственность владельца за деятельность своего предприятия. Это значит, что владелец за свои или заемные средства, на свой страх и риск организует производство, а в случае его банкротства все его имущество, включая и личное может быть конфисковано по суду в пользу кредиторов для оплаты долгов [7].

Второй юридической формой предприятий является партнерство, когда объединяются два или несколько человек. В некоторых странах этих людей называют компаньонами, отсюда и название предприятий – "компания". Владельцы партнерства также несут неограниченную ответственность за свою деятельность, но эта ответственность распределяется в соответствии с паевым участием, каждого владельца. Например, два компаньона создали предприятие, причем один внес $\frac{2}{3}$ капитала, а второй – $\frac{1}{3}$. По результатам деятельности предприятия первый получит $\frac{2}{3}$ прибыли, но и в случае банкротства или убытков на его долю также придется $\frac{2}{3}$ задолженности.

Развитие мелкого и среднего производства создает благоприятные условия для оздоровления экономики: развивается конкурентная среда, создаются дополнительные рабочие места, активнее идет структурная перестройка, расширяется потребительский сектор. Развитие малых предприятий ведет к насыщению рынка товарами и услугами, повышению экспортного потенциала, лучшему использованию местных сырьевых ресурсов.

Невозможно представить современную экономику без хорошо развитого малого бизнеса. С одной стороны, он в какой-то мере противостоит крупному бизнесу, и с этой точки зрения делает экономику более гибкой, помогает ей быстрее приспособиться к конъюнктурным изменениям, к меняющейся моде и

вкусам потребителей, к структурной перестройке экономики. С другой значительная часть мелких и средних предприятий сотрудничает с крупным бизнесом, дополняя и укрепляя его, тем самым помогая ему преодолеть технический консерватизм [8].

Особенно наглядно можно проследить роль малого бизнеса в период становления этого сектора в нашей стране, при переходе от административно-командной экономики к рыночному хозяйству. Развитие малых и средних предприятий способствовало насыщению рынка товарами и услугами, преодолению отраслевого и регионального монополизма, расширению конкуренции, внедрению достижений научно-технического прогресса, повышению экспортного потенциала. Малые и средние предприятия позволяют расширить сферу приложения труда, создать новые возможности для трудоустройства незанятого населения и высвобождаемых работников с неэффективно действующих предприятий.

Таким образом, малое предпринимательство – это инициативная самостоятельная деятельность, осуществляемая на свой риск и под свою имущественную ответственность для получения прибыли, субъекты которой определяются такими критериями, как численность персонала, размер уставного капитала, величина актива, объем оборота и др.

Малые предприятия – коммутанты, как правило, специализируются на изготовлении отдельных узлов и деталей, иногда осуществляют промежуточную сборку. Они тесно взаимодействуют с крупными предприятиями через системы кооперационных связей и субподряда. С помощью этих предприятий крупное производство освобождается от невыгодного ему вспомогательного неэффективного производства. Малые предприятия этой группы находятся в непосредственной зависимости от крупных и ведут жесткую конкурентную борьбу между собой.

Предприятия-пациенты специализируются на выпуске конечной (готовой) продукции, ориентированной в основном на локальные рынки сбыта с ограниченным спросом, на местные источники сырья и материалов. Это производство продуктов, одежды, обуви, мелкие строительные работы. Они достаточно независимы от крупных, а иногда могут составить им серьезную конкуренцию высоким качеством выпускаемого продукта.

Роль малого и среднего бизнеса трудно переоценить: эта та форма, в которой легче всего начинать самостоятельный бизнес. Малый и средний бизнес хорош уже хотя бы потому, что дает многим людям возможность организации своего дела, получения чувства уверенности в завтрашнем дне, а для государства означает сокращение безработицы и социальной нестабильности.

Список используемых источников:

1. Цыганов А.А. Особенности конкуренции каналов продаж на страховом рынке Российской Федерации. М.: Синергия, 2014. С. 116.
2. Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Боуви К.Л., Тилл Дж.В. Современный бизнес. Т. 1. М.: Республика, 1995. С. 65.
3. Большой экономический словарь. М.: Институт новой экономики, 2002. С. 32.
4. Краскова Н.И. Малое предпринимательство как предмет анализа экономической науки // Экономические науки. 2011. N 1. С. 43-46.

5. Терехин Д.В., Фролова С.В. Система стратегических целей развития малого бизнеса в регионе // Экономика и управление. 2005. № 2. С. 67.
6. Сущность и критерии малого предпринимательства.
URL: http://www.ibookcase.com/info/economy/smsc_ent
7. Сальникова Д.В. Моделирование взаимосвязи между субъективным экономическим благополучием граждан и поддержкой институтов социального государства в странах ЕС. М.: Синергия, 2014. С. 116.
8. Баженов Ю.К. Малое предпринимательство. М., 2012. С. 61.
9. Дегтярев А.Н., Маликов Р.И., Гришин К.Е. Институциональная конфигурация региональной деловой среды: параметры проектирования // Вопросы экономики, научно-практический журнал. Москва. 2014. № 11. С. 83-94.
10. Солодилова Н.З., Маликов Р.И., Гришин К.Е. Оценка потенциала развития малого и среднего предпринимательства в регионе с учетом параметров институциональных конфигураций деловой среды // Экономика и управление: Научно-практический журнал. Уфа, 2015. № 4. С. 67-74.

© 2016, Зайцева Е.В.

О некоторых подходах к исследованию понятия и содержания категории «малое предпринимательство»

© 2016, Zaytseva E.V.

On some approaches to the study of the concept and content of "small business" category

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.126

Поступила (Received): 20.03.2016

Запорожцева Л.А., Шкварук М.А.
Обеспечение стратегической экономической
безопасности как основа развития предприятия

Zaporozhtseva L.A., Shkvaruk M.A.
Providing strategic economic security as the
basis for enterprise development

В статье обосновывается необходимость обеспечения стратегической экономической безопасности предприятия, ориентированной на его перманентное развитие, как целевого ориентира функционирования преимущественно в условиях кризиса. Обосновывается, что турбулентное состояние экономики способно предоставить новые точки роста для бизнеса, использующего возможности и нивелирующего угрозы

Ключевые слова: стратегическая экономическая безопасность, предприятие, развитие

Запорожцева Людмила Анатольевна
Доктор экономических наук, профессор
Воронежский государственный аграрный
университет им. Императора Петра I
г. Воронеж, ул. Мичурина, 1

Шкварук Максим Аркадьевич
Студент
Воронежский государственный аграрный
университет им. Императора Петра I
г. Воронеж, ул. Мичурина, 1

The article proves the need for a strategic economic security, focused on its permanent development as a benchmark target functioning mainly in times of crisis. It is proved that the turbulent state of the economy is able to provide a new growth point for the business, using the opportunities and leveling threats

Key words: strategic economic security, enterprise, development

Zaporozhtseva Lyudmila Anatolievna
Doctor of Economics Sciences, Professor
Voronezh state agricultural university named
Emperor Peter the Great
Voronezh, Michurina st., 1

Shkvaruk Maksim Arkadievich
Student
Voronezh state agricultural university named
Emperor Peter the Great
Voronezh, Michurina st., 1

Одна из основных современных болезней России – это болезнь ее предприятий, как основного источника прироста ВВП. Многие руководители, ссылаясь на кризисное состояние экономики, оправдывают свои неудачи. Но, при умелом менеджменте, турбулентное состояние экономики способно предоставить новые точки роста для бизнеса.

Решением этой проблемы, с нашей позиции, может стать трансформированный целевой ориентир функционирования предприятия. Необходимо в настоящее время обеспечивать стратегическую экономическую безопасность предприятия, ориентированную на его перманентное развитие, а не разрабатывать антикризисную политику.

Под стратегической экономической безопасностью предприятия нами понимается такое состояние защищенности функционирующего предприятия, при котором механизм защиты от реальных и потенциальных внешних и внутренних угроз обеспечивает его перманентное устойчивое развитие и достижение поставленных целей в долгосрочном периоде [2].

Для того чтобы установить систему приоритетных экономических интересов, требующих защиты в процессе экономического развития предприятия, необходимо определить совокупность компонентов, формирующих стратегическую экономическую безопасность. Затем, исходя из комплекса данных компонентов, следует выявить возможные внешние и внутренние угрозы экономической безопасности предприятия и, учитывая влияние которых и меры борьбы предприятия с ними, обосновать стратегию развития предприятия с учетом уровня его экономической безопасности.

Логика обеспечения стратегической безопасности обусловлена необходимостью оценки угроз и их нивелирования. При этом важно установить положение предприятия на кривой жизненного цикла, где особое значение с точки зрения стратегической экономической безопасности является стадия зрелости, на которой возникают точки бифуркации, определяющие инвариантность развития предприятия.

В отличие от текущей экономической безопасности, стратегическая экономическая безопасность направлена на обеспечение в долгосрочном периоде перманентного устойчивого развития предприятия вопреки циклическим законам его функционирования на основе диагностики точек бифуркации в развитии предприятия.

Для формирования стратегической экономической безопасности предприятия использование общепринятых норм и показателей функционирования предприятия недостаточно. В этой связи, изначально представляется необходимым трансформировать угрозы экономической безопасности предприятия с учетом стратегических перспектив, определить ее структуру и ключевые детерминанты.

Методология обеспечения стратегической экономической безопасности обосновывается на положении, что внутренние угрозы экономической безопасности предприятия проявляются лишь по детерминантам микроуровня, а внешние угрозы – по детерминантам как микро-, так и мезо- и макроуровней экономической безопасности предприятия.

Таким образом, в целях систематизации угроз стратегической экономической безопасности предприятия исследована группировка угроз экономической безопасности не по источникам возникновения, а по ключевым детерминантам (так называемым функциональным составляющим), что с методической точки зрения более целесообразно в силу сложности практического применения традиционной классификации в целях обеспечения стратегической экономической безопасности предприятия, поскольку, во-первых, их воздействие может быть как положительным (повышающим уровень экономической безопасности), так и негативным (как угрозы); во-вторых, различна и сила их воздействия, что требует разработки методики их оценки и последующего включения в механизм

общей комплексной оценки уровня стратегической экономической безопасности предприятия.

Установлено, что угрозы, исходящие от персонала, организации финансов и контрагентов являются проявлением угроз нерациональной организации бизнес-процессов предприятия с точки зрения их ресурсной составляющей. В этой связи, предлагается в качестве основных детерминант, формирующих стратегическую экономическую безопасность хозяйствующих субъектов, выделять персонал, финансы и контрагентов. Бизнес-процессы при этом не исключаются из системы детерминант стратегической экономической безопасности предприятия, но находятся внутри системы и могут контролироваться посредством отслеживания угроз, связанных с тремя вышеперечисленными функциональными составляющими [1].

Таким образом, уровень стратегической экономической безопасности предприятия может быть диагностирован, во-первых, на основе метода квантификации, то есть введения количественных характеристик для оценки сложных, качественно определенных угроз, и, во-вторых, на основе редукции сложных бизнес-процессов к доступным, легко формализуемым в целях процессного мониторинга и контроллинга ресурсным детерминантам.

Кроме того, следует заметить, что действительно тенденции развития внешней и внутренней среды всегда несут в себе угрозы, но при умелой их идентификации и квалифицированном управлении угрозы могут быть использованы как возможности [3]. Здесь возникает вопрос к ученому миру: а как мы классифицируем угрозы и возможности? Априори, изменение курса рубля, – это угроза. Но, тот, кто видит в этом возможность, он как раз выстраивает стратегию и выигрывает.

В этой связи, наряду с системой обеспечения стратегической экономической безопасности предприятия, необходимо создать такой упорядоченный аппарат, который позволил бы бизнесу по конкретным условиям и признакам классифицировать возможности и угрозы. Это позволит сделать правильный выбор: формировать механизм нивелирования или ликвидации угроз (при их диагностировании) или обеспечивать экономический рост предприятия (при определении возможностей).

Список используемых источников:

1. Запорожцева Л.А. Формирование ключевых детерминантов стратегической экономической безопасности предприятия // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. 2014. № 3. С. 254-262.
2. Запорожцева Л.А., Юрьев В.М. Ключевые направления повышения уровня стратегической экономической безопасности предприятия // Социально-экономические явления и процессы. 2014. Т. 9. № 12. С.90-98.
3. Соколова Е.А. Экономическая безопасность предприятий реального сектора экономики: внутренние угрозы и возможности // Вестник Московского государственного открытого университета. 2011. № 4. С. 48-50.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.129

Поступила (Received): 01.03.2016

Зинатуллина Ю.М.**Роль государства в развитии предпринимательства
в условиях финансово-экономического кризиса****Zinatullina Yu.M.****The role of the state in the development of entrepreneurship
in conditions of financial-economic crisis**

В условиях финансово-экономического кризиса и санкций западных стран против России важное место отводится дальнейшему развитию малого бизнеса – предпринимательству. Малое предпринимательство является одним из ведущих секторов экономики. Оно во многом определяет темпы экономического роста и состояние занятости населения

Ключевые слова: малое предпринимательство, малый бизнес

During the financial and economic crisis and Western sanctions against Russia play an important role in the further development of small business entrepreneurship. Small business is one of the leading sectors of the economy. It largely determines the rate of economic growth and state employment

Key words: small business, small business

Зинатуллина Юлия Марселевна

Аспирант, начальник отдела
Уфимский государственный университет
экономики и сервиса
г. Уфа, ул. Чернышевского, 145

Zinatullina Yuliya Marselevna

Graduate, Head of Department
Ufa state university of economics and service
Ufa, Chernishevskogo st., 145

В условиях финансово-экономического кризиса и санкций западных стран против России важное место отводится дальнейшему развитию малого бизнеса – предпринимательству. Малое предпринимательство является одним из ведущих секторов экономики. Оно во многом определяет темпы экономического роста и состояние занятости населения. Его влияние прямым образом сказывается на структуре и качестве валового национального продукта. Развитие малого бизнеса соответствует общемировым тенденциям, обеспечивая формирование гибкой, смешанной экономики при сочетании разных форм собственности.

Хозяйственная структура современного общества включает государственный сектор экономики, корпорации и малые предприятия, взаимодействующие и дополняющие друг друга в соответствии с экономическими условиями страны. Сегодня предпринимательство представляет собой один из ключевых элементов современной экономики; является мощным инструментом борьбы с безработицей, представляющим широкие возможности для самозанятости населения и создания условий для увеличения рабочих мест.

Практика показывает, что малые предприятия появляются при необходимости изготовления не больших партий продукции с постоянно обновляемой номенклатурой и ассортиментом выпускаемых изделий, использования незначительных источников сырья и материалов в условиях ограниченного количества потребителей. Следует учитывать и то, что малые предприятия занимают традиционную только для них сферу деятельности, в которую крупные предприятия редко вмешиваются. Однако, несмотря на то, что малому предпринимательству отводится важное место в экономике страны, доля малых предприятий в ВВП России остаётся незначительной.

Согласно официального сайта федеральной службы государственной статистики доля малых предприятий в ВВП России составляет 10-12%, более того до 50% малых фирм, действующих на территории России, официально не зарегистрированы. При этом показатели оборота занижаются на 70%, фонд оплаты труда – на 90%, а реальная занятость – на 70% [1]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что потенциал малого предпринимательства реализуется пока лишь частично, а его становление тормозится многочисленными проблемами, от решения которых зависит не только судьба малого предпринимательства, но и рыночных реформ в целом.

Одной из таких проблем является дороговизна банковских кредитов, выдаваемых предпринимательскому сектору. Одним из факторов, определяющих дороговизну банковских кредитов в России, выступает высокий уровень банковской маржи [2].

Согласно данным Годового отчёта Банка России, в 2012 г. маржа российских банков по основным операциям в зависимости от их срочности составляла 5-6%, в 2013 г. – 6-7%. Для сравнения, в США маржа составляет в среднем за последнее десятилетие 2,7-3,1%, в еврозоне – 2,5-4,6%, в Японии – 1,7-2,6% [3].

Следовательно, властные и государственные структуры должны обратить внимание на имеющуюся проблему и предпринять соответствующие позитивные шаги в этом направлении. Финансово-экономический кризис и санкции западных стран против России позволили властным государственным структурам взять курс на усиление развития собственного производства во многих отраслях хозяйствования. Это позволит отказаться от зависимости России от западных стран. Значительное место в этом отводится малому предпринимательству. Трудно переоценить значимость малого бизнеса для нашей страны, где оно способствовало коренным образом и без существенных капитальных вложений расширить производство многих потребительских товаров и услуг и в первую очередь – для малообеспеченного населения с использованием местных источников сырья.

Малое предпринимательство в состоянии решать проблему занятости, ускорить научно-технический прогресс и составить позитивную альтернативу криминальному бизнесу. В этой связи следует отметить, что многие предпринимательские структуры (особенно малого и среднего бизнеса) не могут достаточно профессионально осуществлять многие функции, необходимые в деятельности предприятия (бухгалтерия, кадры, реклама, транспорт, склад и т.п.), поэтому решением достаточно эффективным являются договора аутсорсинга.

Привлечение специализированных профессиональных компаний позволяет достичь большей доходности при снижении затрат на определённые виды работ [4], [5].

Следует отметить, что экономический риск в сфере малого предпринимательства, как правило, выше, и «жизненный цикл» малых предприятий обычно короче, чем крупных компаний. Даже в благополучных, промышленно развитых странах не большие предприятия испытывают целый ряд характерных трудностей. Вот почему повсюду в Европе, Японии, США, странах Юго-Восточной Азии мелкое и среднее предпринимательство находит всё более широкую поддержку государства. Она проявляется по ряду направлений. Во-первых, устанавливается упрощённый порядок регистрации, обучения и переподготовки кадров, поощряется стимулирование связей между крупным и малым бизнесом на основе механизмов франчайзинга, субподряда и лизинга. Во-вторых, для предпринимателей вводится льготный режим налогообложения и кредитования, обеспечение госзаказом, стимулирование банков и страховых компаний к кредитованию страхованию малых предприятий. В-третьих, малому предпринимательству оказывается постоянная научно-техническая поддержка, льготирование условий предоставления в аренду помещений и оборудования, находящихся в государственной собственности. В России поддержка предпринимательства пока ещё не стала одним из основных принципов государственной политики и ориентиром для властей на местах. Однако в последние два года государство предпринимает попытки по изменению сложившейся ситуации к лучшему. Позитивной предпосылкой этому является введение различных программ по государственной поддержке малого бизнеса.

Список используемых источников:

1. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.rosstat.ru/>
2. Гаркавенко И.С. Финансы некоммерческих организаций: особенности функционирования // Петербургский экономический журнал. 2013. №2. С. 88.
3. Глазьев С. О практической количественной теории денег, или сколько стоит догматизм денежных властей // Вопр. Экономики. 2008. №7.
4. Герасимова Е.А., Чаплина А.Н. Стратегические направления инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг. Красноярск, 2013. 228 с.
5. Чаплина А.Н., Герасимова Е.А. Формирование стратегии комплексного развития предпринимательской структуры. Красноярск, 2009. 218 с.

© 2016, Зинатуллина Ю.М.

Роль государства в развитии
предпринимательства в условиях финансово-
экономического кризиса

© 2016, Zinatullina Yu.M.

The role of the state in the development of
entrepreneurship in conditions of financial-economic
crisis

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.132

Поступила (Received): 31.03.2016

Зотова М.В. Информационный технологии в гостиничном сервисе

**Zotova M.V.
Information technology in hospitality service**

В работе рассматриваются вопросы применения информационных технологий в гостиничном сервисе. Приводятся примеры существующих технологий, которые используются в гостиницах России и за рубежом, а также популярных в странах юго-восточной Азии капсульных отелей

Ключевые слова: гостиничный сервис, капсульные модули, медицинское обследование, информационные и коммуникационные технологии

The paper discusses the application of information technologies in hospitality service. Examples of existing technologies that are used in hotels of Russia and abroad, as well as the popular in South-East Asia capsule hotels

Key words: hotel service, capsule modules, medical checkup, information and communication technologies

Зотова Марина Владимировна

Научный сотрудник

Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г.

Чернышевского

г. Саратов, ул. Вольская, 10 А

Zotova Marina Vladimirovna

Researcher

Saratov national research state university named N.G. Chernyshevsky

Saratov, Volskaya st., 10 A

Гостиничный бизнес является неотъемлемой частью современного общества. Технология обслуживания гостей напрямую связана с самыми последними достижениями научно-технического прогресса. Одним из способов привлечения клиентов может стать внедрение в структуру гостиничного сервиса расширенных систем автоматизированного управления и обслуживания клиентов с использованием мобильных и биомедицинских технологий [1].

Использование информационных технологий в гостиничном сервисе обусловлено решением следующих проблем:

– Информационные технологии принятия и обработки данных необходимы для решения структурированных задач, алгоритм которых уже известен и устойчив в течение длительного времени. Например, для регистрации клиента необходимо всего лишь ключ-карта или его сотовый телефон с предустановленным модулем NFC. Время регистрации сократится с 5 минут до нескольких секунд.

– Использование системы безопасности позволит гарантировать клиенту сохранность его вещей. Выходя из номера, постоялец должен будет приложить ключ-карту или телефон с модулем NFC к датчику, что автоматически поставит номер на сигнализацию.

– Система отопления, вентиляции и кондиционирования позволят поддерживать в номере те «настройки», которые клиент сам посчитает подходящими или на основании его предыдущих предпочтений. Для реализации данной опции необходимы всего лишь несколько датчиков, панель управления и телефон клиента.

Вместе с тем, современное состояние рынка гостиничных услуг в области высоких технологий не всегда востребовано, отличается большим разнообразием. Наиболее распространенным универсальным продуктом является комплекс крупнейшей в мире компании «Micros – Fidelio», специализирующейся на создании систем управления для гостиниц и ресторанов на протяжении 20 лет. Такая система установлена на предприятиях более 100 крупнейших гостиничных цепей (Sheraton, Hilton, Marriott, Kempinsky, Hyatt и др.) [2]. Система Fidelio Front Office (FFO) помогает автоматизировать основные этапы работы гостиницы: от компьютерного резервирования номеров, регистрации, размещения и выписки гостей до управления номерным фондом, веления бухгалтерии и финансов. К преимуществам FFO следует отнести:

- легкость в эксплуатации, обусловленную достаточно простой логикой построения системы и удобством интерфейса;
- высокий уровень безопасности, обеспеченный строгим разграничением доступа пользователей;
- гибкость настройки.

FFO может успешно использоваться как в отелях, принадлежащих к гостиничным цепям, так и в независимых отелях и пансионатах с различной технологией работы.

Единственным российским разработчиком, который вышел на мировой рынок со своим программным продуктом для гостиниц, стала компания «Рексофт» из Санкт-Петербурга. Первая установка системы «Эдельвейс» за рубежом была произведена в 1996 г. в небольшой швейцарской гостинице. В настоящее время система «Эдельвейс» установлена более чем в 400 отелях разных стран. Компания «Рексофт» предлагает следующие решения при поддержке туристического и гостиничного бизнеса:

- Автоматизированные системы управления для гостиниц;
- Системы управления ресторанами и барами;
- Центральные системы бронирования;
- Туристические порталы с возможностью выбора турпакетов и выхода в глобальные системы дистрибуции [3].

Скопления новейших IT-технологий являются места размещения туристов в странах юго-восточной Азии. Одним из самых популярных мест для ночлега среди бюджетных туристов являются капсульные отели. Они представляют собой комнату-пенал размерами около 2 x 1 x 1,25 м. В каждой «капсуле» имеется электронная панель, с помощью которой можно настроить комнатную температуру, яркость освещения, будильник, а также подключиться к Wi-Fi и связаться с администратором по встроенному телефону, просмотреть программы с помощью встроенной TV-панели. Ещё одной сферой применения IT-технологий в гостиничном сервисе может стать введение инновационных услуг,

связанных с медицинским обследованием клиента. Медицинский туризм является одним из самых быстрорастущих сегментов в мире. Существуют специальные, так называемые «послеоперационные отели», которые отвечают особым требованиям туристов, нуждающихся в восстановительном периоде. Введение подобных сервисов выгодно для гостиницы и для клиента. Специальная аппаратура, которая размещается в гостиничном номере, позволяет произвести экспресс-анализ здоровья проживающего и получить результаты обследования в максимально короткие сроки. Для таких клиентов возможность получения медицинских услуг является одним из ключевых факторов при выборе гостиницы.

Удачным ходом может стать оборудование нескольких комнат гостиницы для временных гостей, которым необходимо отдохнуть между рейсами. Это так называемые гостиничные «капсулы», оборудованные на основе современных эргономических и биомедицинских подходов. С ростом населения, такие гостиничные комплексы получают наибольшее распространение.

При планировании развития гостиничного сервиса важным фактором является время. При внедрении новой технологии необходимо учитывать, что существует риск отставания от предприятий-конкурентов, когда данная технология начнет устаревать. Если не учесть этот фактор, то может оказаться, что к моменту внедрения та или иная инновация может быть уже устаревшей, а потому придётся затрачивать дополнительные средства на её модернизацию. Ещё до перехода к высоким технологиям необходимо исследовать рынок инновационных товаров и услуг, выделить наиболее перспективные разработки, программные продукты, фирмы, поддержку и гарантии. Тенденции развития гостиничного сервиса в ближайшие годы будут определяться возможностями новых информационных технологий, обеспечивающими всё более высокие уровни обслуживания увеличивающегося населения.

Список используемых источников:

1. Singatulin R.A., Ablyazov K.A. Персональная сопровождающая дистанционно-неинвазивная медицинская система // *Stredoevropsky Vestnik pro Vedu a Vyzkum*. 2015. T. 81. С. 66.
2. Туровский М. *Маркетинг гостиничных услуг*. М.: Финансы и статистика, 2008. С. 17.
3. Reksoft. URL: <http://www.reksoft.com/ru/industries/hospitality-and-travel>

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.135

Поступила (Received): 01.03.2016

Зубаирова Э.Р.
**Влияние корпоративной культуры
на эффективный менеджмент в организации**

Zubairova E.R.
**The impact of corporate culture on
the effective management of organization**

В данной статье исследуются типы корпоративной культуры, её влияние на процессы управления и контроля в организации. Также взаимоотношения культуры с успехом в работе организации

Ключевые слова: эффективность, корпоративная культура, управление

This article explores the types of corporate culture and its influence on the management and control processes in the organization. Also, the relationship of culture to the success of the organization

Key words: efficiency, corporate culture, management

Зубаирова Эльвина Ринатовна

Студент

Национально-исследовательский Томский политехнический университет

г. Томск, ул. Ленина, 30

Zubairova Elvina Rinatovna

Student

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenina st., 30

В последние несколько лет перед руководством любой компании постоянно возникает проблема повышения эффективности ее деятельности. Эти проблемы актуальны для российских организаций. Высокая эффективность сможет обеспечить конкурентоспособность предприятию.

Во многих зарубежных компаниях корпоративная культура является не новым. Она помогает выяснить потенциальные способности сотрудников, сплотить и привлечь их на выполнение миссии и целей компании. Западные управленцы, понимая это, поддерживают, традиции фирмы, со временем слегка корректируя их, если требуется движением нового времени.

В период развитого социализма в России существовали культуры обслуживания в сфере торговли и производства, которые формировались на протяжении длительного времени, сочетая в себе знания нескольких трудовых поколений. Такие как почетные грамоты, доски почета сотрудников и т.п. являлись традиционными элементами корпоративной культуры. К сожалению, от форм ведения хозяйства во времена социализма отказались легко, а так же и от богатого опыта. На сегодняшний день управляющим приходится начинать всё нуля. Как создать корпоративную культуру в компании для улучшения климата между сотрудниками, а также занимать достойное положение в деловой среде?

Корпоративная культура – это совокупность господствующих в организации ценностных представлений, норм и образцов поведения, определяющих смысл и модель деятельности сотрудников независимо от их должностного положения и функциональных обязанностей. Писанные и неписанные правила поведения складывались в профессиональных сообществах еще в средние века, причем нарушение их могло повлечь за собой исключение из сообщества. Сам термин “корпоративная культура” появился в XIX в. Он был сформулирован немецким фельдмаршалом Мольтке, который использовал его, характеризуя взаимоотношения в офицерской среде [1, с.71].

Управление корпоративной культурой является не простым делом. Заявленные ценностные ориентации должны стать для высшего руководителя компании неотъемлемой частью, а также доносить это до низших уровней компании.

Управление культурой является очень скрупулезной работой, на это потребуется не мало времени. Основные предположения, которые легли глубоко в подсознание и поведения сотрудников организации, нельзя изменить за короткое время. Этот процесс рассчитан на постоянную подготовку новых кадров организации, долгое определение того, что является ценным в организации, большое внимание уделяется к абстрактному мнению на вещи, а также к определенным тонкостям быта в организации и, в конце концов, на правильность планирования всех работ [2, с.288-291].

Рекомендации для повышения эффективного управления культурой в компании:

- необходимо обратить внимание на внешне не воспринимаемые стороны организационного окружения. Ценностные ориентации, а также глубоко укрепившиеся предположения в сотрудниках потребуют трудных и длительных изменений в структуре и системе управления.

- настороженно относиться к предложениям, которые призывают быстро трансплантировать или трансформировать культуру.

- проводить в повседневной деятельности абстрактные идеалы. Руководитель должен иметь четкое представление об идеалах и как следует передавать эти идеалы вниз по уровням компании.

Важным фактором успеха в деятельности компании является степень сплоченности сотрудников, надежность, а также привычность горизонтальных и вертикальных связей, доверительные и взаимовыгодные отношения между сотрудниками и руководителями. Не что иное, как человеческий фактор является причиной конкурентоспособности, эффективности и экономического роста предприятия, то есть хорошо развитый корпоративный дух и культура, а не заводы, оборудование и производственные запасы компании.

В большинстве случаев, принятая членами компании корпоративная культура определяется в виде набора существенных предположений. Она является некой, самостоятельной сущностью, и её параметры не сходятся с индивидуальной культурой некоторых членов компании. Корпоративная культура постоянно изменяется под воздействием внутренней и внешней среды на протяжении существования организации.

Конечно, организация может иметь уже построенную корпоративную культуру, в таких случаях необходимо сохранить и поддержать, или её изменить. Организация также может существовать на этапе формирования корпоративной культуры, в таких случаях необходимо следить, для того чтобы процесс не вышел из-под контроля.

Создание новых систем долгосрочного развития организаций имеют для движущихся в стране преобразований большое значение. Невероятный динамизм нашей эпохи требует от предприятий выбирать новые ориентиры стратегического развития. Любые российские предприятия, которые стремятся прогрессировать, не могут не иметь формирование эффективной корпоративной культуры, позволяющее сотруднику возможность самоутвердиться.

Корпоративный дух и культура являются своего рода цементом, который скрепляет организацию, для её стабильно существования и эффективного функционирования.

Список используемых источников:

1. Сингур А.А. Вестник Ульяновского государственного технического университета. 2009. N 1. С. 71.
2. Козлова Н.П. Роль корпоративной культуры в формировании деловой репутации компании // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. 2011. № 24. С. 288-291.

© 2016, Зубаирова Э.Р.

Влияние корпоративной культуры на эффективный менеджмент в организации

© 2016, Zubairova E.R.

The impact of corporate culture on the effective management of organization

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.138

Поступила (Received): 10.03.2016

Идрисов А.-Х.А., Идрисов Х.М. Реформа банковской системы для обеспечения экономической стабильности страны

Idrisov A.-K.A., Idrisov Kh.M.
**Reform of the banking system to ensure
economic stability of country**

В статье рассмотрены проблемы функционирования банковской системы РФ и предложены пути по повышению ее стабильности. Авторы считают, что укрепление банковского сектора возможно за счет внутренних источников, но в свою очередь, государство должно «зачистить» рынок от недобросовестных банкиров

Ключевые слова: банки, банковская система, ликвидность, экономическая стабильность

In article problems of functioning of a banking system of the Russian Federation are considered and ways on increase of its stability are offered. Authors consider that strengthening of the banking sector is possible at the expense of internal sources, but in turn, the state has to "smooth out" the market from unfair bankers

Key words: banks, banking system, liquidity, economic stability

Идрисов Абдул-Халим Алимханович
Магистрант
Российский новый университет
г. Москва, ул. Радио, 22

Idrisov Abdul-Halim Alimkhanovich
Master
Russian new university
Moscow, Radio st., 22

Идрисов Хамзат Магомедович
Специалист
Акционерное общество «КПМГ»
г. Москва, Пресненская набережная, 10

Idrisov Khamzat Magomedovich
Specialist
KPMG joint-stock company
г. Москва, Presnenskaya Embankment, 10

Грамотное регулирование банковской системы является чрезвычайно важной задачей государства. Российская Федерация за всю ее короткую новейшую историю уже многократно столкнулась с проблемой несовершенства данного сектора экономики. Это следующие банковские кризисы: 1995-й, 1998 – 1999-й, 2004-й, 2008 – 2009-й, и 2014 – 2015-й, последствия которого мы пытаемся перенести и по сей день. Таким образом, можно констатировать, что в работе банков систематически происходят какие-то сбои, приводящие, в результате, к проблемам во всей экономике страны. Соответственно, можно считать, что назрел вопрос качественно новых реформ в данном секторе.

Во-первых, необходимо укрепить банковскую систему страны, сделать ее сильной и независимой от внешних катаклизмов. Так, незначительные колебания в мировой экономике, приводящие к затруднениям привлечения денежных средств из-за рубежа, застают врасплох весь банковский сектор и российскую

экономику в целом. Мы уже не первый раз сталкиваемся с такой проблемой, но, почему-то, вынести урок из ошибок не можем. Результатом является то, что в каждый сложный период властям страны приходится финансировать системные банки.

Так, чтобы поддержать ликвидность банковской системы и, в целом, финансовой системы страны в 2008 – 2009 году было выделено 1 410 млрд рублей, что составляет 3,3 % ВВП. И через пять лет, в 2014 году страна сталкивается с аналогичной ситуацией: банки не имеют возможность привлечь кредиты на Западе, в результате, снова дефицит ликвидности и кризис в экономике. Отличие 2008 года от 2014 только в том, что на этот раз Запад ввел санкции в отношении России и эта искусственная причина перекрыла доступ к дешевым деньгам. Правительство в данном случае поступило также, как и в 2008 году, а именно, решило до капитализировать через облигации федерального займа системные банки на 1 трлн рублей.

Необходимо отметить, что причинами финансово-экономического кризиса, который мы наблюдаем сейчас являются, в основном, внутренними, так как во всем мире, так или иначе, происходит экономический подъем. Один из них – это вывод денежных средств из страны через коммерческие банки и длительное бездействие ЦБ РФ по предотвращению данных злостных нарушений законодательства РФ. Так, с помощью только одной мошеннической схемы всего с марта 2011 года по апрель 2014-го было выведено 696,6 млрд рублей через 21 банков из России в Молдавию, а после в офшорные юрисдикции. Конечно, возможно, что большая часть этой суммы возвращалась в Россию в формате инвестиций, и, соответственно, фактический вывод капитала из страны оказался меньше, но, тем не менее, это является грубым нарушением закона, которое должно пресекаться.

Таким образом, целесообразно создание сильного внутреннего спроса на банковские продукты, а именно, чтобы деньги оставались внутри страны и, аккумулируясь через банковскую систему, переходили в реальные сектора экономики. Именно внутренний спрос населения страны на услуги банков обеспечит необходимую ликвидность и создаст условия для экономического роста.

На протяжении последних лет, российские банки предпочитали кредитоваться на западе, вместо того, чтобы создать взаимовыгодные условия с клиентом, получить его доверие и лояльность. Лишь государство делало попытки сдвинуть ситуацию с мертвой точки. Это, в первую очередь, создание агентства по страхованию вкладов (АСВ), очистка банковского сектора от недобросовестных игроков. Так, за время функционирования АСВ, всего было зафиксировано 283 страховых случая (на 14 ноября 2015 г.). На начало марта 2015 года расходы АСВ на выплату вкладчикам застрахованных банков составили 389 млрд руб., а расходы на санации (за вычетом возвращенных средств) – вдвое больше, 780 млрд руб. Совокупные расходы на разрешение проблем банков составили, таким образом, 1,18 трлн руб. Без всяких сомнений данная структура вносит значительный вклад в формирование доверия у вкладчика. Но, необходимо отметить, что издержки, которые несет государство при банкротстве и санации банков чрезвычайно велики. Главной причиной этого является оппортунистическое

поведение банкиров и запоздалое вмешательство регулирующих органов. Так, сумма отрицательного капитала по 12 крупным банкам у которых отозвали лицензию составляет 215,71 млрд рублей. Понятно, что данное значение сформировалось не за один день и даже не за 1 год, поэтому можно констатировать о запоздалом реагировании контролирующих органов. Данный факт подтверждается и тем, что с 2001 по 2012 год было отозвано 213 лицензий или по 18 лицензий в год, в то время как с 2013 года, после смены руководства Центрального Банка РФ, было отозвано 177 (на 11 ноября 2015 г.) лицензий или 59 каждый год или практически по 5 в месяц, одну в неделю.

Таким образом, для предотвращения мошенничества и вывода денежных средств банкирами, а также для дополнительного обеспечения возвратности средств кредиторов является целесообразным привлечения к уголовной ответственности собственников банков, у которых отозвана лицензия. Так, прецедент положительного исхода такой меры является пример «Мой Банк», когда владелец выплатил все свои долги, а именно 15 млрд рублей. Также важно не сбавлять темп по очищению банковской системы от недобросовестных игроков. Избавление от «плохих» банкиров, в первую очередь, важно потому, что они наносят ущерб по имиджу всей банковской системы страны, подталкивают на хранение денег за рубежом, и, в целом, подрывают нормальное функционирование экономики РФ.

Банки – это кровеносная система любой экономики. И от того, как она будет функционировать зависит и экономическое будущее страны, и социальное положение ее граждан. Та ситуация, когда проценты по кредиту более 17% годовых, финансовые учреждения предпочитают кредитоваться вне страны, а впоследствии вывезти наработанный капитал в офшор, является угрозой экономической безопасности страны. Реформа банковской системы требует сильной политической воли. Из-за отсутствия решимости в реформировании банковской сферы экономике РФ приходится расплачиваться 0,4 % ВВП в год.

Список используемых источников:

1. «Доклад об экономике России» № 18 // Всемирный банк // март 2009.
2. URL: <http://tass.ru/ekonomika/1727039>
3. URL: <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=7117115>
4. URL: http://www.asv.org.ru/agency/statistical_information/
5. URL: <http://rbcdaily.ru/finance/562949994807449>

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.141

Поступила (Received): 21.03.2016

Калинина К.Д.
Инновации для объектов недвижимости:
понятие, компоненты (социальная и экологическая)

Kalinina K.D.
Innovations for houses: the concept and
components (social and environmental)

В данной статье проводится теоретический анализ, главной целью которого служит выявление концептуальных оснований безопасности и устойчивости социо-экологических инноваций в глобализирующемся мире

Ключевые слова: *implementation of sustainable development, environmental technology, classification of social innovation*

In this article the theoretical analysis, whose main objective is the identification of the conceptual bases of security and stability of the socio-environmental innovation in the globalized world

Key words: *implementation of sustainable development, environmental technology, classification of social innovation*

Калинина Кристина Дмитриевна

Бакалавр, Ст. магистр

Волгоградский государственный архитектурно-строительный университет

г. Волгоград, ул. Академическая, 1

Kalinina Kristina Dmitrievna

Bachelor, Art. Master

Volgograd state university of architecture and civil engineering

Volgograd, Academic st., 1

Требования к городской среде меняются во всем мире. Совершенно очевидно, что любой современный город должен быть «зеленым», то есть экологичным, и «дружелюбным» – то есть комфортным для своих жителей. «высоких трибун» [6]. Российские города также нуждаются в модернизации. Модернизация не только творчество отдельных инноваторов, но и массовый процесс усвоения инноваций. Поэтому важны так называемые «сквозные инновации», способные оказать влияние на все секторы экономики [6]. Особенно остро нуждаются в обновлении провинциальные города.

В основе инновационного развития населенных пунктов региона должны лежать следующие базовые принципы:

- формирование качественно новой среды жизнедеятельности в городах, городских и сельских поселениях, максимально удовлетворяющей хозяйственно-бытовые и социокультурные потребности населения, обеспечивающей высокий уровень и качество жизни;

- реализация сбалансированного развития всех территорий независимо от их статуса (городские округа, центры муниципальных районов, городские и сельские поселения).

Для обеспечения устойчивого развития важное значение приобретает внедрение экологических инноваций. Речь идет о внедрении системы экологического менеджмента, экологического маркетинга, экотехнологий, позволяющих обеспечить взаимодействие между экономическим развитием и защитой окружающей среды.

Для того чтобы стать территорией, привлекательной для жизни и развития инновационного бизнеса, создающей необходимые условия для творческого развития и самореализации граждан, строящих и реализующих свои жизненные стратегии во взаимосвязи со стратегией своего региона, необходимо обратить внимание на актуальные проблемы, одной из которых можно считать экологические проблемы и их связь с оценкой недвижимости.

Факторы, влияющие на развитие инновационной деятельности предприятия:

Социально-психологические и культурные	Моральное поощрение, общественное признание; обеспечение возможностей самореализации; освобождение творческого труда; нормальный психологический климат в трудовом коллективе.	Сопrotивление новшествам, которые могут вызвать такие последствия, как изменение статуса, необходимость поиска новой работы, перестройка состоявшихся способов деятельности, нарушение стереотипов поведения, сложившихся традиций; боязнь неопределенности и наказаний за неудачу; сопротивление всему новому, что поступает извне.
--	--	--

На основе исследования работ отечественных и зарубежных ученых, таких как Р. Мюррей, Д.Х. Медоуз, Д.Л. Медоуз, В.С. Степин, В.И. Данилов-Данилян, А.А. Гусев, В.Д. Урсул, К.С. Лосев, А.П. Назаретян, С.П. Кундас, Т.В. Мишаткина, Н.В. Самерсова, обобщается опыт проектного моделирования экологически упреждающих и биобезопасных технологий.

Необходимо все социальные нововведения планировать и «выстраивать» с учетом экологической канвы, иначе говоря, социально-инновационная деятельность должна быть экологически ориентированной.

Устойчивый рост мирового производства и потребления, сохранение ресурсно-ориентированного способа ведения хозяйства в глобальном масштабе, демографические проблемы, экономико-социальная напряженность в мире – вот те ключевые проблемы прошлого столетия, которые привели к усилению антропогенной нагрузки на биосферу, вследствие чего планетарные экосистемы подверглись деградации и необратимым изменениям.

По данным Института проблем рынка РАН в сегментах мирового рынка наукоемкой и высокотехнологичной продукции гражданского назначения доля США составляет 36%, Японии – 30%, Германии – 16%, доля России – менее 1% [2]. Цифры отражают современные тенденции развития инновационной отрасли в глобальном масштабе. А.П. Назаретян в своих работах призывает признать нас «новый образ природы» в более широком смысле, в котором человек, общество и биос рассматриваются как единая динамичная система равноправных партнеров. Приоритеты человеческих интересов допустимы лишь в том

смысле, когда определена причастность человека ко всему живому, установлено единство всего живого на Земле. По нашему мнению, первым принципом должен стать: принцип осознания целостности не только планетарной, но и Универсальной (Вселенской). Именно этот принцип должен стать исходным в социально-экологических инновациях. «Ученый-естествоиспытатель, вторгаясь в уникальную сферу взаимодействия — человек – природа, должен помнить о том, что сам находится не вне изучаемого объекта, а внутри него. Он всего лишь малая частица, подсистема, желающая раскрыть тайны целого, загадки системы» [5].

Принципы устойчивого развития с улучшением качественных показателей и биоса и социосферы при сохранении ранее действовавших концептуальных основ практически не достижимы. В силу того, что большинство социальных инноваций демонстрируют на сегодняшний день приоритет экономических ценностей, а экологические остаются вторичными, догоняющими, директивными. Сохранение подобных тенденций в мировом масштабе чревато глобальными кризисными ситуациями. К примеру, серьезные экологические угрозы сохраняют свою актуальность для всех промышленно развитых регионов России. В силу того, что производственные мощности многих российских предприятий резко сократились за последние десятилетия, это снизило негативное техногенное воздействие на региональные экосистемы, но долгожданного переоборудования производства не происходит, а внедрение экологически чистых технологий идет медленно. Это чревато тем, что промышленные и урбанизированные районы России не только не сократят свою экологическую загрязненность в ближайшем будущем, но даже увеличат ее по сравнению с состоянием экосистем в СССР, делает вывод В.И.Данилов-Данильян [4]. Таким образом, всякий вид инновационной хозяйственной деятельности должен быть экологически-приемлемым, а в идеале экологически безопасным.

Обратимся к проблеме классификации социальных инноваций. По нашему мнению, механизм внедрения и реализации инноваций в социально-экологическом аспекте должен учитывать два ключевых момента. Во-первых, социальный эффект, отражающий повышение степени их безопасности, рост квалификационного уровня работающих, увеличение числа рабочих мест и как следствие, прирост доходов работников предприятия. Во-вторых, экологический эффект, направленный на стабилизацию и антикризисность антропоэкологических комплексов, на сокращение отходов производства, снижение выбросов в атмосферу, почву, воду вредных компонентов, улучшение эргономичности (уровня шума, вибрации и т.п.) выпускаемой предприятием продукции и т.д. Социально-экологические инновации сопряжены в первую очередь с рационализацией природопользования и усилением контроля за этими процессами, как со стороны государства, так и со стороны гражданского общества. Тем самым инновационные решения социального характера должны приниматься коллегиально, с учетом не только экономической выгоды, но и на основании анализа экологических возможностей региона. Экологически приоритетной должна стать социально-инновационная деятельность с учетом ключевого фактора – безопасности данных технологий в глобальном масштабе. В таком случае реально, по

нашему мнению, за короткий срок сформировать устойчивые экологические предпочтения среди широких слоев населения, и тем самым, обеспечить общественный контроль над осуществлением экополитики властными структурами. На сегодняшний день выбор коммерческой недвижимости очень разнообразен, но желание жить и работать в экологически чистом и безопасном месте присуще, без исключения, всем. Данный факт и объясняет повышенный спрос на экологичную недвижимость и те сотни долларов, которые переплачиваются за квадратный метр безопасного проживания и работы.

Таким образом, с уверенностью можно говорить о том, что влияние экологических факторов на стоимость весьма существенно, а инвестиции в улучшение экологии жилых объектов (кварталов) могут приносить не только пользу, но и ощутимый доход.

Список используемых источников:

1. URL: <http://www.science-education.ru>
2. URL: www.http.v1
3. Данилов-Данильян В.И., Лосев К.С. Экологический вызов и устойчивое развитие // Современные проблемы науки и образования. М., 2000.
4. Назаретян А.П. Человек для биосферы? // Человек. 1997. № 2. С. 118-126.
5. Мазница Е.М. Проблемы и тенденции инновационного развития экономики городских агломераций // Фундаментальные исследования. М. 2014. №3. Ч. 1. С. 154-158.

© 2016, Калинина К.Д.

Инновации для объектов недвижимости: понятие, компоненты (социальная и экологическая)

© 2016, Kalinina K.D.

Innovations for houses: the concept and components (social and environmental)

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.145

Поступила (Received): 02.03.2016

Калинникова М.А., Давлетгареева Т.Б.
Моделирование модернизации производства

Kalinnikova M.A., Davletgareeva T.B.
Simulation of production modernization

В данной статье рассмотрено понятие модернизации производства, ее специфика, эффекты модернизации производства. Так же рассмотрено понятие моделирования производства его виды: математическое и физическое моделирование. И рассмотрен процесс моделирования модернизации производства

Ключевые слова: моделирование модернизации производства, виды моделирования

Калинникова Мария Алексеевна

Студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

Давлетгареева Татьяна Борисовна

Кандидат экономических наук, доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

This article discusses the concept of modernization of production, its specifics, the modernization of production effects. Just consider the concept of modeling the production of its kinds: mathematical and physical modeling. And through the process of modernization of production modeling

Key words: simulation of the modernization of production, types of simulation

Kalinnikova Maria Alekseevna

Student

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenin ave., 30

Davletgareeva Tatiana Borisovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenin ave., 30

На настоящее время, планирование стратегического развития страны связано с импортозамещением. Государство создало ограничение на приобретение импортных продуктов и готово помочь финансовой поддержкой модернизации производства из бюджетных средств. Таким образом, российским предприятиям необходимо привести в соответствие имеющуюся производственную базу к уровню, отвечающему современным требованиям.

По мнению Завалишина, модернизация производства представляет собой целенаправленный процесс качественного совершенствования производительных сил, приводящий к долгосрочному устойчивому росту производительности труда. Главной целью модернизации производства является повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции, технологической базы и оборудования [2].

Специфика любой модернизации производства проявляется в целевом характере преобразований, осуществляемых в процессе модернизации. Модернизация

всегда носит комплексный характер в рамках объекта своего осуществления (регион, отрасль промышленности или государство в целом).

В совершенстве, модернизация производства в длительном периоде влечет, за счет увеличения эффективности труда, уменьшение удельных затрат на производство, увеличение прибыли и рентабельности, являющейся одним из важнейших показателей эффективности функционирования предприятия.

Эффекты модернизации в производстве:

- увеличение эффективности оборудования;
- снижение себестоимости товара;
- снижение производственного цикла производства продукции;
- оптимизация численности работников.

Моделирование представляет собой замену исследуемого объекта на некий макет, который позволяет прогнозировать поведения системы, путем проектирования процессов, происходящих в самой системе, и определение критерия изменения системы.

Существует математическое и физическое моделирование. В физическом моделировании исследуемая система заменяется другой (материальной) системой, воспроизводящей свойства исследуемой системы, и сохраняющей атрибуты ее объектов. К недостаткам физического моделирования можно отнести достаточно весомые материальные и трудовые затраты на проверку различных вариантов поведения системы, а также опасность или запрет на проведение экспериментов [3].

Математическое моделирование – процесс выстраивания математической модели, представляющей собой совокупность уравнений, которые определяют, в зависимости от изменения параметров системы, ее состояние.

В математическом моделировании применяется два метода моделирования: аналитическое и имитационное моделирование. При аналитическом моделировании для получения возможных результатов поведения системы решаются аналитические уравнения, после чего полученные данные сопоставляются с данными, полученными в результате практического опыта [1].

В случае отсутствия возможности составления математических уравнений, описывающих поведение системы, применяют такой метод как, имитационное моделирование.

Имитационные модели помогают изменять условия процессов и определять условия, отвечающие требованиям. Само имитационное моделирование осуществляется с помощью ЭВМ, и воспроизводит поведение системы во времени, с учетом факторов, действующих на систему.

В случае моделировании модернизации производства предприятие изучается на макроуровне и микроуровне; при этом должно быть обеспечено согласование основных показателей системы между друг другом, что позволяет создать атмосферу несуразности конфликта между объектами внутри своей системы и целями общей системы.

Процесс моделирования модернизации производства предполагает:

- Описание факторов, влияющих на характеристики производственного процесса;
- Выявление проблем производственного процесса;

- Выработка рекомендаций для устранения проблем производственного процесса;
- Определение направлений модернизации производства на каждом этапе производственного процесса.

Для создания модели модернизации производства используются логические блок-схемы, наглядно показывающие взаимосвязи между объектами системы.

Значимое влияние на процесс производства оказывают следующие факторы: качество применяемого сырья, законодательство, в соответствии с которым ведется производственная деятельность, внешняя среда предприятия, состав и качество оборудования, используемого в производстве. В результате процесса производства получается готовая годная продукция и брак (неконкурентоспособная продукция). Рассмотрим производство вакуумных приборов. Процесс производства разделим на четыре этапа: заготовка, обработка, сборка, регулирование. Каждый из этапов характеризуется сырьем, оборудованием, технологией и квалификацией персонала.

Каждому из представленных этапов производства присущи потери, связанные с несоответствием оборудования современным требованиям. На этапе заготовки потери происходят при токарной переработке сырья, на этапе обработки – при ультразвуковой очистке деталей. Если параметры не стабилизировались, то прибор снова отправляется на этап наполнения газом, до тех пор, пока не будут достигнуты необходимые параметры, что значительно увеличивает длительность производственного цикла изготовления продукции. Таким образом, для устранения данных проблем необходимо провести процедуру модернизации оборудования.

Проведение модернизации оборудования сразу для всех этапов производства является весьма затратным, поэтому необходимо провести ранжирование приоритетных направлений модернизации производства и определить порядок проведения модернизации каждого из этапов производства с учетом их экономической целесообразности.

Модернизация оборудования процесса наполнения детали смесью газов, позволит получить улучшенные технические возможности оборудования. К результатам модернизации можно отнести повышение эффективности работы оборудования, проявляющееся в росте производительности труда, уменьшение потерь от брака, снижение материалоемкости и энергоемкости, и, как следствие, снижение себестоимости продукции. Эффект от модернизации производства проявляется в уменьшении затрат на производство, и в результате чего происходит рост прибыли предприятия.

Список используемых источников:

1. Татарина Е.С. Проблемы инновационной модернизации // Бизнес- журнал. 2015. №6. С. 28.
2. Поляков В.А. Источники финансирования модернизации экономики // Менеджер. 2010. №5. С. 3-36.
3. Гришаева Е.В. Основы теории моделирования. Ст. Оскол: ТНТ, 2014. 211 с.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.148

Поступила (Received): 27.03.2016

Караджаева К.Б. Инновации в управлении

Karadzhaeva K.B.
Innovation in management

Статья посвящена одной из актуальных экономических проблем – инновационным преобразованиям в системе управления персоналом. Персонал является важнейшей частью любой организации и представляет собой один из самых ценных ресурсов инновационного развития. Поиск новых подходов к управлению развитием персонала на сегодня является необходимым условием успешного функционирования любой организации

Ключевые слова: инновация, стратегия, самореализация, ресурсы, эффективность

Караджаева Ксения Байрамовна

Магистр

Рязанский государственный радиотехнический университет

The article is devoted to one of the most pressing economic problems – of innovation in personnel management system. The staff is the most important part of any organization and is one of the most valuable resource of innovative development. The search for new approaches to the development of management personnel today is a prerequisite for the successful functioning of any organization

Key words: innovation, strategy, self-realization, efficiency, resources

Karadzhaeva Kseniya Bayramovna

Master

Ryazan state radio engineering university

За последний век инновации стали неотъемлемой частью развития практически каждой компании во всем мире. Такие аспекты рынка как глобализация, конкуренция, изменения в государственном регулировании – заставляют компании переходить к новым принципам управления и позволяют осознавать роль инноваций в экономическом развитии компании. Если в конце двадцатого века стратегия инновационного развития была характерна для отдельной фирмы, то в начале двадцать первого века становится государственной политикой и является одним из главных национальных приоритетов.

На сегодняшний день разработан проект Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года в соответствии с Федеральным законом «О науке и государственной научно-технической политике». Одной из основных задач стратегии является: развитие кадрового потенциала в сфере науки, образования, технологий и инноваций.

Сегодня, большинство компаний не уделяют должного внимания всесторонней оценке эффективности управления, а зря, именно персонал является основной созидательной силой компании и, развитие его потенциала напрямую влияет на успешную деятельность компании.

Таким образом, изучение инноваций в сфере управления персоналом, внедрения методик управления, направленных на повышение эффективности деятельности сотрудников, выявление особенностей системы управления кадрами, представляет большой научный интерес и является крайне актуальными.

Инновации в управлении персоналом – это целенаправленная деятельность современной организации по внедрению обновлений в управление компании на основе нововведений, позволяющих организации в современных рыночных условиях сохранять конкурентоспособность, а также более эффективно использовать одну из важнейших подсистем организации – кадры.

Для того чтобы компания могла внедрить инновации в традиционную систему управления необходимо выполнение нескольких условий:

- инновации должны носить системный характер и включать в себя различные методы и процессы;
- инновации являются частью непрерывного процесса нововведений, со временем приводящего к усовершенствованиям;
- инновации – это новые принципы, которые бросают вызов традиционной системе управления компании.

Данные аспекты показывают нам состояния, при которых инновации в управлении персоналом могут способствовать продолжительному успеху организации.

Инновации в управлении трудовыми ресурсами потребуют от персонала специфическую ловкость познания, результативную систему оценки, понимание материала, личный вызов, а также потребность творчества, самореализацию и интегрирование с социумом. Инновации направлены в первую очередь на высококвалифицированные трудовые ресурсы, центральным звеном которых является личность новатора-менеджера. Новатор-менеджер оказывается ключевой фигурой в инновационном управлении компании, для которой особую роль имеет высокая внутренняя мотивация и особая ценность труда.

Для продуктивной самореализации личности ключевыми моментами оказывается желание и возможность к развитию. Трудно перечислить все личные качества профессионала, но чем их больше, тем эффективнее сотрудник будет работать.

Проанализировав интерпретации известных авторов к формулировке термина «профессиональная самореализация» можно заключить, что значительное количество авторов рассматривают ее как действие по усовершенствованию и применению своих возможностей и способностей на практике.

Тенденции развития инноваций во всех сферах жизни общества требуют от личности постоянного развития, где каждый должен находить возможность приводить собственную профессиональную деятельность согласно требованиям времени, постоянно совершенствовать свой профессиональный статус, познавать новейшие информационные технологии; стараться развиваться и самосовершенствоваться; быстро и эффективно реагировать на внешние перемены и новые вызовы. Если человек останавливается в своем развитии, то он начинает что-то терять в каких-то своих сферах жизнедеятельности работа это или учеба, абсолютно не важно. Развитие общества не стоит на месте и для того,

чтобы быть успешным, необходимо «идти в ногу» со временем и постоянно развиваться. Отсутствие развития влечет за собой неизбежные потери, отставание в развитии современного общества, а вследствие и проблемы в профессиональной, образовательной деятельности, в том числе как в развитии компании, так и страны в целом.

Основная сущность инновационного управления заключается не только в направленности на изменения существующей практики, но и в создании принципиально нового подхода в управлении персоналом, более того, в постоянной генерации иной практики. То нововведение, которое уже принято персоналом не перестает быть новым, но лишается черты инновационности. Как сказал Энтони Стаффорд Бир британский кибернетик: «Все, что работает уже устарело». Поэтому, инновации применительно к трудовым ресурсам должны не ограничиваться нововведениями, а постоянно идти на опережение развития и стать основным вектором работы и ценностью сотрудников компании.

Проанализированный опыт позволил экспертам Организации Объединенных Наций отметить ключевые факторы эффективности инновационной деятельности в сфере управления:

- эффективное руководство (при этом оно должно быть «невидимым», т.е. руководитель не отождествляет новшества со своей личностью);
- наличие слаженной команды и партнерских связей;
- постановка SMART – целей и создание благоприятных условий для их достижения;
- формирование механизма контроля, позволяющего измерять масштабы перемен по сравнению с определенными исходными показателями;
- наличие системы вознаграждения, стимулирующей творческое мышление и позволяющей раскрывать новаторский потенциал, который в других условиях остался бы невостребованным;
- поощрение обучения персонала как дополнительный источник мотивации на протяжении всей жизни;
- поощрение разнообразия и творческого подхода к решению поставленных задач;
- обмен знаниями и налаживание профессиональных связей как между компаниями внутри одной страны, так и развитие международных партнерских отношений.

Нужно помнить, что инновации в управлении – это не цель, а один из способов развития управления в целях повышения эффективности работы сотрудников, а также развитию организации в целом. Нужно отметить, что основное направление инноваций в управлении заключается в развитии инновационного поведения сотрудников – через его организацию, для создания специальной инновационной культуры поведения. Важным является само отношение сотрудников к переменам в организации и организация инновационной деятельности самих сотрудников.

На основании всего вышеизложенного можно сформулировать основную цель инновационной системы управления персоналом: обеспечение компании сотрудниками, постоянно генерирующими инновации во всех аспектах своей

профессиональной деятельности, их результативное использование с помощью создания условий для введения инноваций, профессионального и социального развития персонала на благо самих сотрудников, организации и общества.

Список используемых источников:

1. Кубатиева Ф. Кадровая служба и управление персоналом предприятия. Октябрь 2009.
2. Корчажкина О.М. Обучение в условиях информатизации // Народное образование. 2008. № 6. С. 169-175.
3. Тарелкина Т. Управление по целям // Менеджмент сегодня. №1. 2003. С. 23-32.
4. Друкер П. Практика менеджмента. М.: Вильямс, 2000.
5. Панюкова С.В. Использование информационных и коммуникационных технологий в образовании. М. 2010. 224 с.
6. Российские общеобразовательные порталы и сайты. URL: <http://www.alleng.ru/edu/educ.htm>

© 2016, Караджаева К.Б.
Инновации в управлении

© 2016, Karadzhaeva K.B.
Innovation in management

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.152

Поступила (Received): 23.03.2016

Касаткина А.А.
Дистанционное образование как фактор
построения инновационно-активной экономики

Kasatkina A.A.
Distance education as a factor of creating an innovative economy

Для формирования и функционирования инновационно-активной экономики в России необходимо повысить пропускную способность системы высшего профессионального образования и качество выпускника. В статье приводятся расчеты увеличения пропускной способности системы высшего образования, не достижимые при современных формах образования в РФ. Также приводятся другие достоинства от реализации дистанционного образования

Ключевые слова: инновационно-активная экономика, система высшего образования, второе высшее образование, экономически активное население

Касаткина Антонина Анатольевна

Ведущий специалист

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ
г. Москва, просп. Вернадского, 84*

For the formation and functioning of innovative economy in Russia it is necessary to increase the throughput of the system of higher professional education and the quality of the graduate. The article presents calculations of increasing the capacity of higher education cannot be achieved when modern forms of education in the Russian Federation. Also provides other advantages from the implementation of distance education

Key words: innovation-active economy, higher education, second higher education, economically active population

Kasatkina Antonina Anatolievna

Leading Specialist

*Russian academy of national economy and state service under the RF president
Moscow, Vernadskogo ave., 84*

Инновационная экономика выступает реальной альтернативой сырьевой экономики. В Инновационной экономике львиная доля экспортной выручки может зарабатывать технологиями, заменёнными на более новые, а страна перестаёт зависеть от сырьевой конъюнктуры. Кроме того, по данным российских учёных технологическая рента превышает топливно-сырьевую в десятки раз. Это означает, что доходная часть бюджета может быть увеличена кратно.

Будем считать инновационно-активной экономику, где подавляющее число экономических субъектов инновационно-активны. Инновационно-активными субъекты экономики считаются, если они начинают выпуск нового товара до момента морального устаревания старого. Выпускаемый товар хорошо продается и дает фирме хорошую выручку. Но фирма все равно тратит финансовые средства на разработку нового. Это дает двойной выигрыш.

Во-первых, новый товар дает монополистические преимущества фирме на рынке.

Во-вторых, поскольку товар еще не устарел морально, то технологию его производства с удовольствием купят, таким образом, фирма также получает прибыль и от продажи технологии.

От этого выигрывает и государство.

Во-первых, такие фирмы получают повышенную прибыль, а следовательно они выплачивают повышенные налоги.

Во-вторых, в стране создается мощная научная команда, которая может решить проблему устойчивого развития.

В условиях инновационно-активной экономики, когда выпуск новых товаров происходит на много раньше, чем старый товар морально устареет, а значит и перестанет пользоваться спросом, в исследованиях и новых разработках должны участвовать намного больше сотрудников фирм, чем в настоящее время. По утверждению отечественных и зарубежных ученых в инновационно-активной экономики необходимо, чтобы 60% экономически активного населения имело высшее образование.

В инновационно-активной экономике увеличивается скорость старения знаний. Проявляется старение знаний в виде обновления научных теорий в естествознании и гуманитарных науках. К настоящему времени старение знаний происходит настолько быстро, что смена подобных научных теорий происходит уже при жизни одного поколения. В результате по разным оценкам каждые 5-8 лет происходит обновление техники и технологий, а от 20% до 30% знаний обесценивается ежегодно.

Таким образом, в среднем каждый специалист использует знания примерно 8-10 лет, через каждые 5-8 лет происходит обновление техники и технологий, а каждые 5 лет обесценивается почти 100% всех приобретенных в ВУЗе знаний. Обобщив эти данные, получаем, что в инновационно-активной экономике временной интервал, через который все специалисты с высшим образованием обязательно должны проходить обучение заново – это 5 лет.

Все выше сказанное заставляет по-новому взглянуть на пропускную способность системы высшего профессионального образования, необходимую для поддержания эффективного функционирования инновационно-активной экономики.

Основываясь на выше приведенных данных:

– число лиц с высшим образованием должно быть на уровне 60% от экономически активного населения;

– каждые 5 лет специалисты должны проходить основательное переобучение;

выведем формулу потребности в переобучении:

$$\text{Ежегодная потребность в переобучении} = \frac{N \cdot 60}{100} / 5 \quad (1)$$

В выражении (1) N – это численность экономически активного населения, 60% которого каждые 5 лет должны проходить основательное переобучение.

Все эти люди должны получить второе высшее образование. При этом вторым высшим образованием будем считать любое основательное обучение продолжительностью не менее 2-х лет лиц уже имеющих высшее образование. Временем получения второго высшего образования будем считать время обучения до получения магистерской степени. Подобное утверждение основывается на том, что необходимо получить сотрудника, умеющего создавать инновационные продукты.

Так как это второе высшее образование, причем в условиях полного обновления знаний, то, по мнению авторов, нет необходимости проходить полный курс бакалавриата. Можно начинать обучение с первой ступени, но при этом достаточно ограничиться на уровне бакалавриата сокращённой программой равной 2-м годам. Либо можно проходить обучение только в магистратуре, предоставив возможность самим студентам прослушать недостающие дисциплины.

Магистратуру придётся пройти по полной программе, то есть все 2 года. Таким образом, в зависимости от варианта длительность обучения может продолжаться – 4 года для варианта 1 с сокращенной формой обучения по программам бакалавриата, и 2 года для варианта 2 обучения только в магистратуре.

В результате получаем формулу числа ежегодного основательного переобучения специалистов с высшим образованием. Для варианта 1 это будет:

$$\text{Ежегодное число переобучаемых} = \frac{K_2}{4} \quad (2)$$

В выражении (2) K_2 – количество мест в ВУЗах на данные нужды (второе и последующие высшее образование), 4 – это период получения магистерской степени при основательном переобучении специалиста, владеющего хотя бы одним высшим образованием.

Чтобы число людей с актуальными знаниями высшего образования было равно требуемому для формирования и функционирования инновационно активной экономики числу специалистов с высшим образованием необходимо, чтобы выражения (1) и (2) были равны между собой. Приравняв эти выражения можно вычислить количество мест в ВУЗах для нужд основательного переобучения специалистов, необходимого для формирования и функционирования инновационно активной экономики. Таким образом, получаем для варианта 1:

$$\frac{N \cdot 60}{100} / 5 = \frac{K_2}{4}$$

Отсюда можно вычислить требуемое число мест в ВУЗах для получения второго высшего образования.

$$K_2 = 0,48N \quad (3)$$

Если в рамках второго высшего учить только в магистратуре (вариант 2), предполагая, что недостающие часы или предметы, входящие в стандарт бакалавриата выбранного студентами направления и специализации магистратуры, он изучит самостоятельно, то срок обучения сокращается до 2 лет. В этом случае формула расчета числа мест в ВУЗах для получения второго высшего образования получает следующий вид:

$$\frac{N \cdot 60}{100} / 5 = \frac{K_2}{2},$$

откуда получаем

$$K_2 = 0,24N \quad (4)$$

Значения, полученные в зависимости от длительности обучения второго высшего образования по формулам (3) либо (4), могут быть подкорректированы. Уточняя полученные выражения, следует иметь ввиду.

Во-первых, не все работники с высшим образованием продолжают работать. По разным данным в России после ухода на пенсию продолжают работать около 40% пенсионеров. Например, по данным Пенсионного фонда, в России продолжают официально работать примерно 36,4% пенсионеров, получающих пенсии по старости. Среди работающих пенсионеров имеют высшее образование примерно 28%.

Во вторых, с годами эта цифра уменьшается и, примерно, через 10 лет после выхода на пенсию число работающих пенсионеров приближается к 0.

Так же следует учитывать, что возможности пройти основательное переобучение у работников пенсионного возраста существенно сокращаются, так как работодатель не заинтересован в оплате обучения подобных работников.

Таким образом, уточняя выражения (3) и (4) необходимо вычесть из числа экономически активного населения количество всех пенсионеров, так как переобучение будут проходить только люди, не достигшие пенсионного возраста.

Согласно распределения населения пенсионных возрастов в составе трудоспособного возраста можно утверждать, что среди экономически активного населения порядка 30% лиц пенсионного возраста.

В результате выражение (3) и (4) получают следующий вид:

для случая 4 – х годичного образования (сокращенное обучение по программе бакалавриата и обучение в магистратуре)

$$K_2 = 0,48(N - 0,3N) = 0,336N \quad (5)$$

для случая обучения только в магистратуре

$$K_2 = 0,24(N - 0,3N) = 0,168N \quad (6)$$

Общее число мест в ВУЗах России должно подсчитываться как сумма мест для второго высшего образования и сумма мест первого высшего образования. Согласно логике вещей, специалисты, окончившие программы первого высшего профессионального образования, должны заменить специалистов, не только окончивших профессиональную карьеру, но и уехавших работать за рубеж.

Изучая проблему «утечки умов» в развитых странах, близких к формированию инновационно-активной экономики, можно прийти к выводу, что «утечка умов», практически не влияет на состав высококвалифицированных специалистов, и этой проблемой можно пренебречь.

Таким образом, мы установили, что минимальное количество для первого высшего образования должно быть равно только числу специалистов с высшим образованием, прекращающим трудовую деятельность.

Как было указано выше численность пенсионных возрастов в составе специалистов с высшим образованием равно 30% от экономически активного населения. Продолжают работать порядка 40% пенсионеров, а имеют высшее образование 28% работающих пенсионеров. В результате получаем, что число пенсионеров с высшим образованием, а следовательно число мест для получения первого высшего образования должно быть равно:

$$K_1 = 0,3 * 0,4 * 0,28 * N = 0,0336 N, \quad (7)$$

где N – число экономически активного населения.

Далее подсчитаем число мест в ВУЗах Российской Федерации, основываясь на полученных формулах и числе экономически активного населения в январе 2016 году. По данным Росстата в январе 2016 г. численность экономически активного населения составила 75,8 млн. Подставим полученные числа в выражения (7), (5) и (6).

Для получения первого высшего образования число мест в ВУЗах должно быть:

$$K_1 = 0,0336 * 75\,800\,000 = 2\,546\,880.$$

Для второго и последующих высшего образования необходимо:

для случая 4 – х годичного образования (сокращенное обучение по программе бакалавриата и обучение в магистратуре)

$$K_2 = 0,336 * 75\,800\,000 = 25\,468\,800.$$

для случая обучения только в магистратуре

$$K_2 = 0,168 * 75\,800\,000 = 12\,734\,400.$$

Таким образом, получаем, что для формирования и функционирования инновационной экономики:

количество лиц, которые должны получить первое высшее образование, должно быть не меньше, чем 2 546 880;

в случае 4-х годичного обучения второго и последующих высшего образования требуется 25 468 800 мест, а в случае 2-х годичного обучения второго и последующих высшего образования требуется 12 734 400 мест.

Если сложить эти цифры, получим:

$$\text{для варианта 1} = 25\,468\,800 + 2\,546\,880 = 28\,015\,680;$$

$$\text{для варианта 2} = 12\,734\,400 + 2\,546\,880 = 15\,281\,280.$$

Для обучения такого количества студентов российским ВУЗам необходимо сильно увеличить учебные площади и места проживания, питания и пр. для студентов. В настоящее время в России это сделать, практически невозможно. Дистанционное образование не требует непосредственного присутствия студентов в ВУЗе, поскольку обучение проводится в дистанционном режиме. Вся инфраструктура для жизнедеятельности студентов по месту их проживания или работы уже создана. Вследствие этого затраты на увеличение числа обучающихся студентов будут на много меньше.

Также при дистанционном образовании повышается эффективность обучения, поскольку достигается индивидуализация обучения и по срокам, а может быть и по уровню трудности учебного материала. А это сильно повысит качество выпускника.

К этому следует добавить, что дистанционное образование позволяет встраиваться ВУЗам России в международный образовательный рынок с минимальными финансовыми издержками. А это дополнительное финансирование Российской системы образования.

По данным отечественных источников общая сумма, которую могли бы принести иностранные студенты оценивается примерно 3-4 млрд дол. в год.

Таким образом, можно констатировать, что именно внедрение дистанционного образования во многом будет способствовать переходу Российской экономики на инновационные рельсы развития.

Список используемых источников:

1. Юсов А.Б. Влияние инновационной экономики на трансформацию социально-трудовой сферы // Социальная политика и социальное партнерство. №1. 2008. С. 26-30.
2. Юсов А.Б. Инновационная экономика и социально-трудовая сфера // Проблемы современной экономики. №3. 2010. С. 39-43.
3. Юсов А.Б. Интеллектуальные технологии в социально-трудовой сфере // Человек и труд. №2. 2012. С. 41-44.

© 2016, Касаткина А.А.

*Дистанционное образование как фактор
построения инновационно-активной экономики*

© 2016, Kasatkina A.A.

*Distance education as a factor of creating an
innovative economy*

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.158

Поступила (Received): 31.03.2016

Кикбаева М.А.
**Формализация задачи ресурсной
оптимизации с нечеткими параметрами**

Kikbayeva M.A.
**Formalization of resource optimization
problems with fuzzy parameters**

Данная формализация актуальна для иерархической системы определяющих факторов. Рекомендации, полученные с использованием методов нечеткой логики имеют не только качественный характер, но и количественную оценку, характеризующую степень достижения результата

Ключевые слова: нечеткая база знаний, принятие решений, веса Фишберна

This formalization is relevant to a hierarchical system of determining factors. Recommendations, obtained by using methods of fuzzy logic are not only qualitative, but also quantitative assessment that characterizes the degree of achievement of results

Key words: fuzzy knowledge base, decision-making, fishbern's weight

Кикбаева Мадина Айкынкызы

Студент

Уфимский государственный нефтяной
технический университет

г. Уфа, ул. Космонавтов, 1

Kikbayeva Madina Aikynkyzy

Student

Ufa state petroleum technological university
Ufa, Kosmonavtov st., 1

Оптимизация выпуска продукции является областью постоянного интереса для маркетологов и менеджеров в задачах планирования в рамках цепи поставок, что создает значительные преимущества для работы хорошо управляемой системы [1, 2]. Основная трудность планирования обусловлена, прежде всего, правильным прогнозированием спроса. Источники данных содержат неопределенность, которая дополнительно усиливается в прогнозах спроса. Кроме того, данные для планирования ресурсов, таких как транспорт, информация удовлетворенности клиентов и т.п. являются нечеткими, и описываются в терминах хорошо, плохо или высокая потребность, средняя и низкая. Поэтому для описания таких систем применяются, в том числе, и методы нечеткой логики (Fuzzy Logic) [3, 4].

Цель работы состоит в том, чтобы оптимизировать номенклатуру продукции и план выпуска для процессов и систем, в которых ряд параметров модели являются нечеткими.

В качестве объекта исследования рассматриваются цепочки поставок на рынке нефтесервисных услуг. Один из основных параметров задачи оптимиза-

ции продуктового портфеля и отдельных его составляющих – структура предложения и спроса. В работах [5-7] проведен анализ различных показателей предприятий-конкурентов российского рынка нефтесервисных услуг и предложена нечетко-логическая процедура оценки показателей. Для прогнозирования спроса, используем предложенную в работах [8-10] методику нечетко-логического прогнозирования ряда рыночных факторов нефтегазового бизнеса, позволяющую учитывать динамический характер нечетких переменных и своевременно приспосабливаться к изменениям.

Рассмотрим стандартную ресурсную модель планирования производства n видов продукции из m видов ресурсов (сырье, комплектующие изделия, оборудование, труд, капитал, и т.п.) Известны запасы каждого ресурса $b_1, b_2, \dots, b_m$. Известны также нормы расхода a_{ij} ($i = \overline{1, m}; j = \overline{1, n}$) единиц i -го ресурса на изготовление одной единицы j -й продукции и цены c_j реализации единицы продукции j -го вида. Формализация модели имеет вид [1]:

$$\begin{cases} Z = c_1x_1 + c_2x_2 + \dots + c_nx_n \rightarrow \max \\ a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + \dots + a_{1n}x_n \leq b_1, \\ a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + \dots + a_{2n}x_n \leq b_2, \\ \dots \\ a_{m1}x_1 + a_{m2}x_2 + \dots + a_{mn}x_n \leq b_m \\ d_j \leq x_j \leq D_j, j = \overline{1, n} \end{cases}$$

Определить, сколько единиц продукции каждого вида необходимо выпускать предприятию, чтобы доход от реализации всей продукции был максимальным.

Дополним модели условиями, при которых потребительский спрос D_j и цены c_j реализации единицы продукции обеспечивается нечетким прогнозом.

Таблица 1. Нечеткие ограничения задачи планирования выпуска

	П1	П2	П3	П4	П5
	Нижнее значение объема выпуска, ед.				
	20	50	5	20	800
термы	Значение спроса на продукцию, ед.				
“L”	30-50	130-150	10-15	20-30	1000-1500
“M”	40-70	140-170	13-20	25-40	1400-2000
“H”	60-120	160-220	18-30	30-50	1800-2500
	Цена c_j реализации единицы продукции, тыс. руб.				
“L”	30-33	60-65	120-125	200-210	20-27
“M”	32-35	63-66	122-127	205-215	25-33
“H”	34-40	65-70	125-130	210-220	30-40
	Фактическая нечеткая оценка спроса (экспертно)				
	M	L	L	H	M
	Фактическая нечеткая оценка цены (экспертно)				
	L	M	L	M	L

С позиций графического представления задач линейного программирования, часть гиперплоскостей допустимой области задачи будет нечеткой (расплывчатой). Также будет нечетким и градиент целевой функции, что можно представить как размещение вектора в гипертрубе, с любым направлением вдоль оси трубы.

При такой постановке задачи возникает вопрос, как решать и какова достоверность полученного решения.

Пример нечеткой модели планирования производства реализован для выпуска 5 наименований продукции П1,..., П5, с ограничениями трех укрупненных категории ресурсов – сырье и материалы; станки и оборудование; труд. Для нечетких ограничений использовали трех термовое множество значений: «низкий» – (L), «средний» – (M) и «высокий» – (H). Исходные данные модельной задачи представлены в таблицах 1, 2.

Таблица 2. Матрица нормативных затрат ресурсов и предельные ограничения задачи планирования

	П1	П2	П3	П4	П5	Ограничение
сырье и материалы	10	14	12	22	50	50000
станки и оборудование	50	22	70	16	25	27000
труд	4	8	4	6	7	10000

Возможный вариант оценки оптимального плана в условиях нечеткости исходной информации – статистическая оценка планов, рассчитанных при пессимистической, оптимистической и средней оценки нечетких параметров. Варьирование фактической нечеткой оценки спроса проводили на трех уровнях – нижнее, среднее и максимальное значения и нечеткую цену c_j реализации единицы продукции на нижнем и верхних уровнях. Вычислительные эксперименты проведены по методике полного факторного эксперимента [11]. Исходные данные представлены в таблице 1.

Таблица 3. Статистические оценки выпуска продукции

Статистика	Объем выпуска продукции, ед					Прибыль, тыс. руб
	П1	П2	П3	П4	П5	
Среднее	20	140	12	40	857	39512
Стандартное отклонение	0	8	2	8	11	3431
Минимум	20	130	10	30	834	33708
Максимум	20	150	15	50	878	45643
Дов. интервал – верхние 95%	20	150	15	50	878	45643
Дов. интервал – нижние 95%	20	130	10	30	834	33708
Уровень надежности(95,0%)	0,00	0,22	0,06	0,22	0,29	93,61

Общее число вариантов составило $2^5 \cdot 3^5 = 7776$. Расчеты выполнены в модуле Optimization ToolBox системы MatLab с использованием функции `linprog()`:
[x,fval,exitflag,output,lambda] = linprog(f,A,b,[],[],lb,ub,x0);

Результаты расчетов представлены в таблице 3.

Количественная оценка плана выпуска по среднему значению является основой принятия решений в условиях неопределенности и в условиях нечетких исходных данных. Величина 95% доверительного интервала для прибыли составляет около 20% от самой прибыли. Очевидно, что верхняя граница является рискованной для предприятия. Оценка риска затруднительна. Однако, используя операции над нечеткими множествами, возможно оценить значение функции принадлежности результата нечеткому множеству. Учитывая, что при использовании средних показателей для величин спроса на каждый вид продукции имеет высокие значения функции принадлежности, общий результат так же будет иметь высокий ранг.

Список используемых источников:

1. Мухаметзянов И.З. Методы оптимизации. Нелинейное программирование. Уфа: Изд-во УГНТУ, 2010. 95 с.
2. Мухаметзянов И.З. Методы оптимальных решений. Уфа: Изд-во УГНТУ, 2015. 271 с.
3. Заде Л. Понятие лингвистической переменной и ее применение к принятию приближенных решений. М.: Мир, 1976. 167 с.
4. Кофман А. Введение в теорию нечетких множеств. М.: Радио и связь, 1982. 432 с.
5. Мухаметзянов И.З., Зайнашева Э.Б. Оценка маркетинговых решений в условиях нечеткой рыночной информации // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2013. № 2. С. 38-41.
6. Мухаметзянов И.З., Мешалкин В.П. Имитационная многоагентная нечетко-логическая модель принятия маркетинговых решений промышленного предприятия в условиях неопределенности // Прикладная информатика. 2014. №3 (51). С. 100-109.
7. Мухаметзянов И.З., Зайнашева Э.Б. Информационная система принятия маркетинговых решений для многоагентного рынка с использованием нечетких выводов // Управление экономическими системами. 2013. №56.
URL: http://uecs.ru/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=2293:opaoa-cca
8. Мухаметзянов И.З., Тукаева З.М. Прогнозирование показателей территориально-производственных комплексов на основе нечетких временных рядов // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2013. №3. С. 239-243.
9. Мухаметзянов И.З., Мешалкин В.П. Нечетко-логическая процедура прогнозирования развития нефтеперерабатывающих предприятий в условиях неопределенности // Нефтегазовое дело. 2014. №4. С. 126-133.
10. Мухаметзянов И.З., Тукаева З.М. Модель прогнозирования нечетких данных для решения бизнес задач предприятий ТЭК // Управление экономическими системами. 2013. №56.
URL: <http://uecs.ru/ru/instrumentalnii-metody-ekonomiki/item/2299-2013-08-27-07-57-10>
11. Мухаметзянов И.З. Планирование эксперимента при поиске оптимальных условий. Мухаметзянов. Уфа: Изд-во УГНТУ, 1996. 80 с.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.162

Поступила (Received): 25.03.2016

Кинзякаев А.Ф., Сыровой Д.В.
К вопросу эффективности сделок по слиянию и поглощению в телекоммуникационной сфере

Kinzyakaev A.F., Syrovoy D.V.
On the question of the effectiveness of mergers and acquisitions in the telecommunications sector

Статья посвящена анализу эффективности сделки слияния и поглощения в сфере телекоммуникаций. Рассмотрены характеристики сделок М&А, показывающие их экономический смысл и активности сделок слияния и поглощений в РФ. В результате можно зафиксировать стремительные темпы роста числа и объемов сделок М&А в России

Ключевые слова: слияния, поглощения, телекоммуникаций, сделок

Кинзякаев Артём Фаритович

Студент

Казанский государственный энергетический университет

г. Казань, ул. Красносельская, 51

Сыровой Дмитрий Васильевич

Студент

Казанский государственный энергетический университет

г. Казань, ул. Красносельская, 51

This article analyzes the effectiveness of mergers and acquisitions in the telecommunications sector. The characteristics of M&A transactions, showing their economic meaning and activity of mergers and acquisitions in the Russian Federation. As a result, you can lock the rapid growth in the number and volume of M&A deals in Russia

Key words: mergers, acquisitions, telecommunications, trades

Kinzyakaev Artyom Faritovich

Student

Kazan state power engineering university
Kazan, Krasnoselskaya st., 51

Syrovoy Dmitry Vasilyevich

Студент

Kazan state power engineering university
Kazan, Krasnoselskaya st., 51

Главной целью данной работы является анализ эффективности сделки слияния и поглощения в сфере телекоммуникаций, т.е. сделок М&А (Mergers and Acquisitions). Если посмотреть со стороны правового подхода, определения сделок слияния и поглощения, то «слияния и поглощения – формы реорганизации юридического лица, при этом под слиянием понимается передача всех прав и обязанностей двух или более компаний новому юридическому лицу в процессе реорганизации» [1]. Таким образом, поглощение – «прекращение деятельности одного или нескольких обществ с передачей всех их прав и обязанностей другому юридическому лицу». Выделяются следующие характеристики сделок М&А, показывающие их экономический смысл: интеграция с возникновением синергического эффекта, процесс установления корпоративного контроля,

инвестиционный процесс, реструктуризация и др., т.е., объединяя несколько методов можно определить сделку слияния и поглощения. М&А являются юридически оформленными сделками, влекущие за собой появление интеграционных процессов из-за объединения прав собственности на активы, доли в уставном капитале и др.

Также следует понимать, что градация причин интеграции организации огромна. В частности, А. Маршак [2] выдвигает несколько гипотез, по этому поводу. Первая заключается в том, что лучший вариант развития компании- это заключение новых союзов. Вторая гипотеза состоит в том, что это способствуют росту компании в будущем. Автор считает, что есть несколько групп целей, которые предполагают достичь организации при сделках М&А. В этих группах могут быть: инвестиционные цели, информационные или защитные. Защитные цели предполагают усиление позиций на рынке через слияния. Инвестиционные цели предполагают вложение свободных денежных средств в прибыльный бизнес. Информационные цели преследуют сделки М&А для улучшения информированности организации о предпочтениях потребителей, их продукции, и о технологиях и издержках поставщиков.

В большинстве сделок М&А предполагает финансовые мотивы, противопоставленные интересам акционеров и топ-менеджеров компании. Возникает конфликт, в котором управляющий персонал стремится увеличить затраты на содержание себя, обуславливая это ростом компании и усложнением структуры управления. С другой стороны, миноритарии хотят увеличить прибыль на акцию, за счет финансовой синергии, которая возникает путем сделки М&А. А мажоритарии, в свою очередь, преследуют налоговые мотивы, при которых должно быть снижение прибыли и ее реинвестирование в М&А.

Подводя итоги можно сказать, что интеграция целесообразна, если в результате ее проведения возникает эффект синергии, дающий дополнительные финансовые, производственные и управленческие конкурентные преимущества. В свой черед, отсутствие синергии может быть обусловлено плохой организацией сделки, технологическим несоответствием, а также несоответствие уровня производства поглощаемой компании потребностям главного предприятия. Также, можно сказать, что сделки М&А это – часть корпоративной стратегии компании, определенная воздействием как внешних факторов, предполагающих глобализацию, так и внутренних, предполагающих усиление позиций на рынке, рост доходности и получение других конкурентных преимуществ.

Сегодня, можно назвать ряд причин, дающих понимание активности сделок слияния и поглощений в РФ [3].

Во-первых, это востребованность запасов сырья России и увеличение цен на нефть. Вторая причина обусловлена приватизацией, сократившей долю государственного имущества. В-третьих, влияние РФ в глобальное сообщество, а также наличие острой нужды наращивания конкурентоспособности предприятий. Однако, последние события в мире, а конкретно кризис на Украине, затрагивающий все глобальное сообщество, в частности и Россию, тренды рынка сделок М&А примут отрицательную динамику в сравнении с предшествующими годами.

Согласно исследованию, проведенным KPMG, в 2012 году объем сделок M&A в РФ возрос на 12%, игнорируя уменьшение этого показателя на 10% в мире и на 19% в прочих государствах [3]. Стоит отметить, что в РФ общий объем сделок слияние и поглощения вырос в 2 раза и достиг значения в 139,1 млрд. долл. [3].

В 2012 году первыми по объему сделок стали сектор телекоммуникаций и медиа и финансовых услуг. Для реструктуризации портфелей активов, компании сферы телекоммуникаций (ОАО «ВымпелКом», Altimo, ОАО «МегаФон») провели 4 сделки, суммарный объем которых составил около 75% от общего объема сделок на телекоммуникационном рынке (в денежном выражении – 16,1 млрд долл.) [3].

Под интеграцией следует понимать процесс усиления экономических связей посредством устранения барьеров на пути трансграничного взаимодействия как в результате улучшения функционирования рыночных сил, так и реализуемых мер политики или их комбинаций. Высокая динамика интеграционных процессов в телекоммуникационной отрасли является одной из важнейших черт рынка M&A в России. В свою очередь, международный рынок сотовой связи достаточно перегрет, а активы телекоммуникационных компаний стран дальнего зарубежья переоценены. Из этого делаем выводы, что активы стран СНГ, с развивающимся рынком, являются наиболее привлекательными для российских инвесторов. Одни из более привлекательных стран: Узбекистан, Казахстан и т.д.

Общая стоимость сделок M&A в телекоммуникационном секторе в РФ увеличилась на 80%, более 50% от этой суммы было зафиксировано на проведении сделок проведенные ООО «АФ Телеком Холдинг» и Altimo для реструктуризации портфелей телекоммуникационных активов [3].

Стоит отметить, что ООО «АФ Телеком Холдинг» приобрело контрольный пакет акций ОАО «Мегафон». Подсчитано, что сумма сделки купли-продажи составило 5,2 млрд. долл. после проведения сделки упростилась структура капитала компании и изменилась структура собственников [3].

Стоит указать, что деловая активность, рентабельность и финансовая устойчивость являются основными показателями эффективности деятельности организации. Также следует сказать, что значительное влияние оказывает показатель доходности на акцию, если в сделках M&A принимают участие акционерные общества, т.к. большинство M&A проходит с целью увеличения дохода на акцию и укрепления своих позиций на рынке ценных бумаг.

Таким образом, можно сделать вывод, что в последнее время в России, как и во всем мире, можно зафиксировать стремительные темпы роста числа и объемов сделок M&A. Изменение интеграционных процессов происходит структурно, расширяются масштабы межнациональных сделок, к тому же в них вовлекается все большее число регионов [4]. Не менее важным аспектом является оценка инвестиционной привлекательности поглощаемой компании, которая строится из анализа всех значимых показателей компании.

Список используемых источников:

1. Батайкин П.А. К вопросу об эффективности юридических конструкций гражданско-правовой отрасли // Право и экономика. 2013. № 12 (310). С. 68-70.
2. Маршак А. Эффективные слияния и поглощения.
URL: <http://www.e-executive.ru/knowledge/announcement/338280/>
3. Рынок слияний и поглощений в России в 2012 году.
URL: https://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/S_MA_2r%202013.pdf
4. Тимофеев Р.А., Шлычков В.В., Алафузов И.Г. Актуальные вопросы функционирования региона как социально-экономической системы // Актуальные проблемы экономики и права. 2015. № 3. С. 63-70.

© 2016, Кинзякаев А.Ф., Сыровой Д.В.

К вопросу эффективности сделок по слиянию и поглощению в телекоммуникационной сфере

© 2016, Kinzyakaev A.F., Syrovoy D.V.

On the question of the effectiveness of mergers and acquisitions in the telecommunications sector

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.166

Поступила (Received): 06.03.2016

Кириенко И.А., Киселева В.Е., Никитина Ю.А Характеристика позиционирования как стратегии развития организации

Kirienko I.A., Kiseleva V.E., Nikitina Yu.A
Characteristics of positioning as
a strategy development organization

В статье изучается термин «позиционирование», его основные элементы и его происхождение. Рассмотрены составляющие это понятия и так же показаны семь видов существующие на текущее время. Так же рассматриваются две стратегии позиционирования и подходы к их формированию.

Ключевые слова: позиционирование, лояльный потребитель, наступательная стратегия, оборонительная стратегия

In the paper the term "positioning", its main elements and its origin. The components of this concept also shows the seven species existing on the current time just consider two positioning strategy approaches to their formation

Key words: positioning, loyal consumers, offensive strategy, defensive strategy

Кириенко Ирина Алексеевна

Студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

Kirienko Irina Alexeevna

Student

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenin ave., 30

Киселева Валерия Евгеньевна

Студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

Kiseleva Valeriya Evgenyevna

Student

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenin ave., 30

Никитина Юлия Анатольевна

Доктор философских наук, профессор

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

Nikitina Yulia Anatolyevna

Doctor of Philosophical Sciences, Professor

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenin ave., 30

Позиционирование – деятельность связанная с созданием представления образа марки в сознании выбранной аудитории потребителей имеющую цель наиболее качественно представить товар, чтобы тот отличался от товаров конкурентов существующих на рынке, при этом могут использоваться совершенно разные характеристики.

Термин «позиционирование» был высказан Джеком Траутом еще в 1969 г. В написанной статье Траут сказал, что «Позиционирование – игра, в которую люди играют на современном, включающем и меня, рынке». В этом году термин

«позиционирование» впервые был раскрыт и обоснован в стратегическом маркетинге [1].

Все продукты и услуги, а также определенные бренды оставляют в подсознании потребителя определенный след – позицию, о различных конкурирующих марках. Это связано с тем, что каждый товар имеет отличительные признаки, такие как: цена, срок хранения, упаковка, каналы распределения и т.д. Так же эти признаки формируются при помощи имиджа компании: реклама, стимулирование сбыта, скидки, PR. Например, качество товара может быть, как высоким, так и низким, но эта позиция только после того станет действительной, когда ее признает и примет потребитель данной продукции. Следовательно, можно сделать вывод, что позиционирование – это такая деятельность организации, которая направлена на то, чтобы убедить потребителя в своих более выгодных отличительных чертах, в отличие от черт конкурентов.

Конкурентная стратегия любой организации заключается в том, чтобы как можно сильнее отличаться от своих потенциальных конкурентов. Из этого следует, что каждая компания должна целенаправленно выбирать иные инструменты, способы и методы маркетинга для того, чтобы показать уникальность своего товара. Решения руководства должны быть кардинальными по отношению к своему товару и марке, так как правильная выраженность бренда приводит к большему спросу и большему отрыву от конкурентов. А иначе, все становится бесполезным и проигрышным.

Основой любой стратегии маркетинга является позиционирование, так как оно позволяет одержать победу в конкурентной борьбе за лидерство на рынке и потребительскую лояльность. Достаточно развитое позиционирование помогает «превращать» особенности марки или товара, услуги в преимущества основных потребителей и целевых групп. Например, производство продукта с наименьшими издержками привлекает потребителей по такому критерию, как низкая ценовая категория товара.

Позиционирование в маркетинге находится на таких составляющих деталях как:

- специфика продукта или компании (считаемое в преимуществе которую, получают потребители);
- желания/ожидания целевого сегмента рынка;
- существующая позиция конкурентов [3].

В не зависимости от того, какая стратегия позиционирования была выбрана предприятием и к чему оно стремится, необходимо соблюдать и придерживаться трех элементов позиционирования. Если какой либо из элементов будет упущен, то товар данной компании потеряет свои особенности и может встать на уже занятую другими конкурентами позицию. Это неизбежно ведет к потере своих целевых аудиторий и, возможно, к несоответствию планируемых возможностей фирмы с реальными.

Для того, чтобы разработать определенную стратегию позиционирования, следует определиться со всей структурой целевого рынка в целом. То есть разбить весь рынок на сегменты, сосчитать их количество и определить размер.

Далее необходимо определить для себя ту целевую аудиторию, на которую будет направлено действие компании, и то к чему она будет стремиться. Позиционирование определенного бренда или продукта, возможно, провести двумя различными вариантами:

1. Опираясь на уже сформировавшиеся конкурентные преимущества;
2. Опираясь на специфические желания и отдельные сегменты рынка[2].

Можно отметить некоторую особенность этих подходов. Оба они в принципе очень схожи, и отличаются лишь количеством и содержанием этапов их формирования, а так же логической цепочкой их создания. Поэтому можно сделать вывод, что каждый из этих вариантов является результативным, и оба дадут организации одинаковые «плоды» работы.

Существует два вида стратегии позиционирования:

1. Наступательная (атакующая) стратегия направлена на расширение ассортимента товара и управление им. При этом доля рынка такого предприятия автоматически возрастает, создаются дополнительные входные барьеры в отрасль и также, становится затруднительно вводить новый товар на старый рынок различным конкурирующим предприятиям. Но, несомненно, конкурентные позиции предприятия выбравшего наступательную стратегию возрастают. Следует не упускать при этом такой аспект, как возрастание затрат по различным отделам организации: от маркетингового и до производственного, то есть определенное увеличение издержек.

2. Оборонительная стратегия нацелена на потребителей которым важны дорогие и высококачественные товары и предприятие позиционирует себя именно с такой стороны. Все это защищает его от организаций с более низкой ценовой категорией товаров, то есть от тех, кто выбрал стратегию минимизации издержек. И хотя спрос потребителей таких компаний не эластичен по ценам, зато компании с оборонительной стратегией имеют наибольшую лояльность и приверженность своих потребителей.

Существует семь подходов к стратегии позиционирования, такие как : по применению, где существует основная функция товара, которая отличает его от других; по конкурентам, где продукт компании наиболее привлекателен для покупателя нежели товар конкурента; по превосходству, где компания является лидером в чем то; по показателям таким как размер, опыт на рынке, атрибуты, по количеству предоставляемых услуг; по типу продукта, где позиционирование товара идет конкретно по какому то продукту; по потенциальному потребителю, когда фирма нацелена на определённый целевой сегмент покупателей.

Таким образом, целесообразно отметить, что стратегия позиционирования является неотъемлемой частью любой организации, которая хочет надолго закрепиться в определенной отрасли и хочет иметь своих постоянных лояльных потребителей, и, следовательно, стабильный доход.

Список используемых источников:

1. Трунова Н.В. Проблемы и перспективы развития актуальных механизмов позиционирования // Вестник Регион. №4. 2012. С. 69-74.

2. Агафонова М.С., Грищенко Ю.С. Основные факторы и методы позиционирования в современных условиях // Современные наукоемкие технологии. 2013. № 10-1. С. 13-23.
3. Семиглазов А.М., Семиглазов В.А. Виды и фрмы позиционирования. Ч. 3. Томск. 2012. 125 с.

© 2016, Кириенко И.А., Киселева В.Е., Никитина Ю.А
Характеристика позиционирования как стратегии
развития организации

© 2016, Kirienko I.A., Kiseleva V.E., Nikitina Yu.A
Characteristics of positioning as a strategy
development organization

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.170

Поступила (Received): 20.03.2016

Климосенко В.Ю.
**Некоторые аспекты интеграции отечественных
компаний в международную транспортную среду**

Klimosenko V.Yu.
**Some aspects of the domestic enterprises
integration into the international transport system**

В статье рассматриваются некоторые аспекты интеграции отечественных компаний в международную транспортную среду на основе международного разделения труда в условиях глобализации. Приводятся аргументы того, что наибольший успех в этом интеграционном процессе может быть достигнут в транспортной отрасли за счет экспорта транспортных услуг в сфере организации контейнерных перевозок. Упоминается о недостатках нормативно-правовой базы Российской Федерации в части функционирования компаний транспортной отрасли. Отмечается, что поставщиком транспортных услуг зарубежным потребителям может стать контейнерная компания резидент Российской Федерации, на примере ПАО «ТрансКонтейнер»

Ключевые слова: логистика, транспортная система, транспортные услуги, контейнерные перевозки

Климосенко Вероника Юрьевна

Магистрант

Московский государственный университет путей
и сообщения

г. Москва, ул. Образцова, 9

This article presents some aspects of the domestic enterprises' integration into the international transport system based on the international division of labor in the age of globalization. It is argued that the greatest success in this integration process can be reached in the transport field due to export of transport services in the sphere of container transportation organization. The article also reviews the defects of the legal framework of the Russian Federation regarding the functioning of the transport industry companies. It is noted that the provider of transportation services to foreign customers can be a container company – resident of the Russian Federation, for example PJSC TransContainer

Key words: logistics, transport system, services transport, container transport

Klimosenko Veronika Yuryevna

Master

Moscow state university of railway engineering
Moscow, Obraztsova st., 9

На сегодняшний день в условиях процесса глобализации, сопровождающегося активным развитием международной торговли, внешнеэкономических связей, когда все крупные компании активно участвуют в бизнесе за пределами своей страны, как следствие, стал широко использоваться такой термин, как «международная логистика».

Существенно замечание о том, что «международная торговля» и «международная логистика» это два разных термина, но в то же время не имеющих право на существование друг без друга.

Так, международная торговля – это деятельность субъектов рынка в сфере товарооборота, осуществляемая на основе договора купли-продажи в отношении товара: экспорт/импорт товара для личного потребления или для дальнейшей коммерческой деятельности.

Международная логистика – это деятельность субъектов рынка в сфере товародвижения по оказанию услуг на перемещение груза из одной страны в другую. Задача логистики – найти лучшие варианты для выполнения операций по доставке товара с низкой долей транспортной составляющей в его цене. В связи с чем, международная логистика перемещает обрабатываемые материалы по все более длинным и сложным цепям поставки [2, с. 66-86].

Важно не отождествлять эти два понятия и не говорить об этих процессах, как об одном целом, так как это две разные деятельности, но осуществляемые параллельно друг другу.

Основой международной логистики является морская транспортная система, способная осуществлять межконтинентальные перевозки, а также железнодорожный и автомобильный транспорт, составляющие конкурентную пару на сухопутном плече транспортировки товара.

Доставка товара от продавца к покупателю состоит из двух этапов:

- организация перевозки – конкурентный посреднический вид деятельности, осуществляемый на основании договора транспортной экспедиции;
- перевозка товара – монопольный вид деятельности в РФ, осуществляемый по договору перевозки структурой ОАО «РЖД».

Для эффективного ведения предпринимательской деятельности транспортно-логистических компаний в нашей стране необходимо наличие адекватного нынешнему укладу рыночных отношений правового поля в отношении грузовой и коммерческой работы.

На текущий момент в отношении, например, экспедиторской деятельности с точки зрения определения понятия «транспортная услуга» у нас нет правовой ясности, как осуществляется поставка транспортной услуги, кто является поставщиком и как она отчуждается. Это говорит о том, что данный вопрос пока еще не раскрыт должным образом, в том числе в Гражданском кодексе РФ [4].

Также для повышения эффективности бизнеса и степени удовлетворенности клиентов транспортными компаниями предлагается внести изменения в некоторые нормативно-правовые акты, регулирующие вопросы железнодорожных перевозок грузов:

- 1) в Правила перевозок грузов с сопровождением и охраной грузоотправителей, грузополучателей, утвержденные приказом МПС России от 18.06.2003 № 38, в части установления возможности применения страхования вместо сменного сопровождения и охраны при перевозке отдельных категорий грузов, а также возможности допуска к осуществлению сменного сопровождения и охраны грузов иных, помимо Ведомственной охраны, охранных структур, отвечающих установленным законодательством требованиям. Это обуславливается тем, что в настоящее время сложилась ситуация, при которой стоимость сменного сопровождения и охраны грузов может достигать до 10 % стоимости самой

перевозки, что является чрезмерным. В качестве альтернативы охране возможно применение страхования груза, что будет более выгодно для клиента и позволит ему в случае утраты груза избежать длительных судебных разбирательств с Ведомственной охраной Росжелдора. Кроме того, это повысит конкурентоспособность перевозок грузов на железнодорожном транспорте;

2) принять отдельные Правила или внести необходимые изменения в Правила перевозок грузов отправительскими маршрутами на железнодорожном транспорте, утвержденные приказом МПС России от 29.03.1999 № 10-Ц, а также Прейскурант 10-01. Это обусловлено отсутствием четкого нормативного закрепления понятий «контейнерный поезд» и «организатор контейнерного поезда»; отсутствием нормативного закрепления длины контейнерного поезда, а также иных особенностей перевозки грузов в составе контейнерных поездов; отсутствием возможности использования при формировании контейнерных поездов специализированных контейнеров (термос-контейнеров, рефрижераторных контейнеров); необходимостью установления равных тарифных условий для термос-контейнеров и универсальных контейнеров; необходимостью отмены сборов за формирование контейнерных поездов, а также сборов за отправление контейнерного поезда по расписанию;

3) внесение изменений в таможенное законодательство в части исключения таможенного досмотра груженых контейнеров, следующих транзитом и в режиме импорта, в пути следования. Необходимость таких изменений обусловлена тем, что значительная часть следующих в составе контейнерных поездов груженых контейнеров досматривается таможенными органами на входной пограничной станции, что приводит к срыву расписания движения поездов. В этой связи, предлагается осуществлять таможенный досмотр на станции назначения;

4) внести изменения в действующее законодательство РФ, в частности в правила перевозок грузов железнодорожным транспортом, в части предоставления перевозчику права отказывать в приеме груза к перевозке (в согласовании заявки формы ГУ-12) в случае, если грузоотправитель намерен использовать в перевозке такие контейнеры. В настоящее время на территории РФ сложилась негативная ситуация, связанная с иностранными контейнерами, ввозимыми без намерения их последующего вывоза из РФ («one way» контейнеры). Очередное освидетельствование на допуск «one way» контейнера к перевозке проводится, как правило, без фактического их осмотра, что может привести к возникновению аварийных ситуаций и снижению уровня безопасности на железнодорожном транспорте общего пользования. Лица, использующие «one way» контейнеры для внутренних перевозок, не содержат для них ремонтную базу, не платят периодические таможенные платежи, а просто используют контейнеры до полного прихода их в негодность и т.д.

Для устойчивого развития страны важен осознанный выбор наиболее выгодных с экономической и безопасных с политической точек зрения сфер деятельности (отраслей), которые могли бы выступить на международном рынке

товаров и услуг в качестве интеграционной платформы процесса международного разделения труда. Защита своих национальных интересов – важное условие при этом.

Сегодня все чаще стали задумываться об актуальности транспортной логистики и ее месте в общественном производстве и экономике страны в целом, а также о значении проблем интеграции (экспансии) в отношении транспортных услуг.

Транспортная логистика в данном контексте рассматривается как деятельность по организации цепей поставок транспортных услуг на коммерческой основе в рамках формируемых транспортно-логистических цепей продвижения груза от «двери до двери» любой конфигурации с участием нескольких видов транспорта с любым количеством контрагентов.

Для осуществления данного вида деятельности необходимо наличие эффективной системы транспортировки груза, обеспечивающей поставку (экспорт) транспортных услуг на международный рынок на основе интеграции транспортно-логистических компаний.

Процесс интеграции в зарубежную транспортно-логистическую среду представляет собой сложный механизм во всех отношениях. Это проявилось в современных условиях, когда в нашем государстве был осуществлен переход от административно-командной системы на рыночные формы хозяйственной деятельности. Необходимо понимать какой вид транспортно-логистической деятельности востребован и чем наша среда отличается от зарубежной среды, в которую мы намерены интегрироваться и где хотим строить бизнес на основе международного разделения труда.

В данной статье акцентируется внимание на интеграционных процессах в отношении международных контейнерных перевозок. В этой сфере можно выделить субъект, способный оказывать экспорт транспортных услуг или осуществлять поставку транспортных услуг широкому кругу зарубежных потребителей на своей и чужой территории. Наиболее привлекательной с отработанным механизмом управления корпоративной и предпринимательской деятельностью стоит рассматривать компанию ПАО «ТрансКонтейнер» [7, с. 187-189].

ПАО «ТрансКонтейнер» представляет собой дочернее общество ОАО «РЖД» и охватывает большую территорию, включая Россию, СНГ, страны Азии и Европы, что обеспечивает широкую диверсификацию клиентской базы и устойчивое развитие бизнеса. Компания обладает разветвленной сетью агентств, филиалов, дочерних зависимых обществ и представительств на территории РФ и за рубежом.

ПАО «ТрансКонтейнер» оперирует свыше 27 тыс. фитинговых платформ, более 64 тыс. крупнотоннажных контейнеров и владеет 46 грузовыми терминалами, расположенными на всей железнодорожной сети России, управляет контейнерным терминалом на границе Словакии и Украины и контролирует 50% крупнейшего казахстанского контейнерного оператора АО «Кедентранссервис».

ПАО «ТрансКонтейнер» организует доставку грузов в контейнерах: по железной дороге, по железной дороге с участием автомобильного транспорта, с

участием водного (речного и морского внутреннего) транспорта, а также с участием морского транспорта в международном железнодорожно-морском сообщении.

Приведенная характеристика компании показывает, что ПАО «ТрансКонтейнер» обладает необходимой базой, потенциалом и возможностью оказывать клиенту услуги, которые обеспечивают ему синергетический эффект на максимально возможном пространстве, что позволяет позиционировать себя как транспортно-логистическая компания с использованием международного разделения труда, оказывающая экспорт транспортных услуг.

Анализируя этапы развития мировой экономики можно сделать вывод о том, что основной ее тенденцией сейчас является углубление международного разделения труда на основе процессов интеграции многих видов деятельности, в том числе и в сфере поставок транспортных услуг с использованием контейнерных перевозок.

Выгодное территориальное местоположение РФ способствует увеличению ВВП страны за счет результатов ведения бизнеса отечественными компаниями, интегрированными в международную транспортную систему. И повышение уровня контейнеризации российских предприятий лесной, строительной, целлюлозно-бумажной, нефтехимической, химической отраслей промышленности и др., продукция которых имеет потенциал к перевозке по железной дороге в контейнерах, послужит толчком к развитию новых транспортных решений, клиентских сервисов и увеличению объемов перевозок грузов.

Приведение нормативно-правовой базы РФ в части функционирования компаний транспортной отрасли к текущим реалиям, а также сосредоточение функций интегратора в специализированных структурах предпринимательского типа, уже готовых и способных к экспансии на транспортно-логистический рынок за рубежом, как ПАО «ТрансКонтейнер», лишь ускорит процесс достижения более высоких показателей экономической эффективности нашей страны.

Список используемых источников:

1. Баскаков П.В., Матюшин Л.Н. Интеграция России в международную транспортную систему (функциональный аспект) // Журнал: ЭТАП. Вып. № 5. 2015. С. 66-86.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации.
3. Матюшин Л.Н., Баскаков П.В. Контейнерные и контрейлерные перевозки грузов. М.: Интеграция, 2009. 222 с.
4. Колесниченко А.Н. Основы организации транспорта во внешней торговле. 2011. 280 с.
5. Резер С.М. Контейнеризация грузовых перевозок. М.: ВИНТИ РАН, 2012. 678 с.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.175

Поступила (Received): 01.03.2016

Кошев Н.С.
Некоторые аспекты электронной торговли
товарами за рубежом

Koshev N.S.
Some aspects of e-commerce abroad

В данной статье изложены некоторые аспекты рынка электронной коммерции в Европе. Описаны системы реализации поставок товаров вне дома, различные методы распределения и способы выдачи товара. Показан уровень развития электронной коммерции в России и выявлены главные проблемы отставания от западных стран в этой сфере

Ключевые слова: электронная коммерция, способы выдачи товара, покупки в Интернете

This article presents some aspects of e-commerce market in Europe. Described systems of realization to supply of goods outside the house, various methods of distribution and ways to delivery of the goods. Showed the level of development of e-commerce in Russia and identified the main problems of lagging from the western countries in this area

Key words: e-commerce, ways to delivery of the goods, online shopping

Кошев Никита Сергеевич

Бакалавр, магистр

Московский государственный университет путей сообщения Императора Николая II

г. Москва, ул. Образцова, 9

Koshev Nikita Sergeevich

Bachelor, Master

Moscow state university of railway engineering of Emperor Nicholas II

Moscow, Obraztsova st., 9

В настоящее время рынок электронной коммерции B2C (Business to consumer) продолжает расти не только в Европе, но и в России. Поэтому рассмотрение опыта зарубежных стран в решении этого вопроса может быть полезным для нашей страны. Аббревиатура B2C (Бизнес к потребителю) означает все отношения, которые объединяют предприятия и конечных потребителей, а также технические средства или программное обеспечение, используемое для облегчения их взаимодействия. Эта торговля охватывает товары или услуги, предназначенные для широкой общественности. В частности, динамика объемов такой торговли во Франции (65 млрд. евро в 2015-2016 гг.) свидетельствует о все большей ее популярности, и поэтому опыт именно этой страны может быть полезен для отечественной логистики [1, с. 2-4].

С началом быстрого роста электронной торговли во Франции в 1980-х годах начали появляться точки выдачи товара. Это физическое место, где товары приобретённые в Интернете доставлялись транспортными операторами и выдавались интернет – клиентам. В основном это местные магазины (табачный магазин, продуктовые магазины и др.).

Клиент выбирает точку выдачи товара поблизости, в зависимости от того, какое место является наиболее удобным для него [2]. Это может быть близко к дому, к работе, к школе для своих детей, или рядом с местом для отдыха (тренажерный зал, ресторан и др.). Подавляющее большинство населения Франции (90-95%) в настоящее время живет в 10 минутах ходьбы от точек выдачи товаров. Основными компаниями сетей точек выдачи товара на территории Франции являются: Kiala, Relais colis, Mondial Relay, Pickup Services (Groupe La Poste). Эти четыре компании имеют 30000 – 35000 магазинов по всей территории Франции.

Для грамотной реализации сети, система нуждается в хорошо организованной цепочки поставок между различными операторами:

- производитель, поставщик интернет-торговца;
- поставщик логистических услуг, который принимает и хранит посылки, а также готовит и отправляет заказы от веб-торговца;
- перевозчик, который через свою сеть, развозит посылки со склада и подготавливает до точки выдачи товара;
- оператор сети точек выдачи товара, который наблюдает за логистической деятельностью различных точек выдачи, пока товар не будет получен клиентом и возможные обратные потоки.

Столкнувшись с ростом поставок товаров вне дома, стали появляться магазины нового типа: магазины выдачи товара. Эти магазины созданы для возврата посылок и расположены в местах с высокой посещаемостью, особенно на железно – дорожных станциях. Среди услуг, которые реально облегчают жизнь французов это покупка товара через интернет [3].

Клиент получает уведомление по SMS или по электронной почте прибытия посылки в магазин. Он идентифицирует себя QR-кодом через автоматический терминал на входе, когда он пришел в магазин. Рабочий магазина или машина под названием "Shuttle XP" начинает обрабатывать заказ и быстро доставляет посылку к оператору. Клиент, тем временем, может подождать несколько минут, в специально отведённом для этого месте или сделать некоторые покупки в самом магазине, а также ему предлагают такие услуги, как химчистка, ремонт сотового телефона или отправка какой-либо корреспонденции почтой. Клиент получает уведомление на экране в магазине, что посылка будет готова через несколько минут и он сможет забрать её на кассе (при предъявлении удостоверения) и оплаты покупки в случае необходимости. Как правило сам магазин может продавать одну категорию товаров, но производить выдачу других, которых можно купить только в интернете. Например: магазин крупной бытовой техники может выдать вам ваш заказ – собрание энциклопедий, которые вы не сможете купить в этом магазине. Соответственно, вы покупаете товар одного интернет-магазина, но можете забрать его в совершенно другом уже реальном магазине.

Для отечественной распределительной логистики может представлять определенный интерес метод «Драйв», который широко используется за рубежом. "Драйв" представляет собой метод распределения, который развивается во

Франции в течение 10 лет, относящийся к традиционной системе супермаркетов и гипермаркетов. Для потребителей, "драйв" – это ещё один способ сделать покупки онлайн, то есть сначала заказать и купить товар в Интернете, а после приехать (прийти пешком) и получить его прямо в багажник своего автомобиля в точке выдачи. Как правило, "драйв" прилагается к физическому магазину одной компании. В настоящий момент концепция "драйв" продолжает расти (рис. 1), но рост несколько замедлился, в связи с большой плотностью сети (3579 "драйвов" на октябрь 2015 года).

Рис. 1. Эволюция количества точек выдачи "драйв" во Франции

Клиент выбирает свои товары и оформляет заказ на сайте дистрибьютора напрямую покупая в Интернете. Затем выбирает удобную для себя точку выдачи "драйв" и временной промежуток, чтобы получить свой товар. После чего клиент приезжает в специально – зарезервированное место на парковке и сообщает о своём прибытии через терминал установленный на данном парковочном месте. Спустя некоторое время сотрудник "драйва" укладывает ваш заказ непосредственно на хранение в багажник вашего автомобиля.

Способ выдачи товаров "Драйв" идеально подходит для товаров под контролируемой температурой, поскольку они предназначены для продовольственных магазинов. "Драйв" обычно имеет склад и холодную комнату, где товары будут храниться в ожидании прибытия клиента.

Концепция "драйв" существует во многих странах в такой же форме, как и во Франции. В некоторых странах существуют также точки выдачи товаров для тех, кто пришёл пешком, под названием "Walk-Up окна". Некоторые учреждения предлагают окна на первом этаже, где "драйв" не может быть реализован (рис. 2).

Окна "Walk-Up" предоставляют клиенту услуги аналогичные "драйву", только позволяя получать продукты непосредственно снаружи магазина через специальное окно. Есть несколько причин для создания этой службы, особенно, когда жители страны в целом не моторизованные.

Рис. 2. Точка выдачи товаров McDonald's через "Walk-Up окно"

В России, когда Макдональдс только начинал открывать новые рестораны, он присоединил окно "Walk-Up". Большинство российских семей делают покупки не имея никакого автомобиля, поэтому такое альтернативное предложение выдачи товаров остаётся актуальным.

Кроме перечисленных способов выдачи товара, в настоящее время используется еще один не менее эффективный – это система автоматического шкафа (рис. 4). Она состоит из набора отдельных шкафчиков для доставки и выдачи посылки. Эта система, основана на электронной коммерции, т.е. покупки в Интернете, с последующей доставкой товаров до потребителя в требуемое место.

Рис. 3. Географическое расположение автоматических шкафов компании InPost на территории России

Из-за их расположения и их характер, шкафчики могут использоваться 7 дней в неделю и 24 часа в сутки. Они широко пользуются популярностью в Европе на различных местных станциях вокзалов, особенно в Германии и Польше. Надо отметить, что данная система используется и в России, при выдаче посылок компаний Ив Роше, WITT и др. [4]. Но, пока, это практикуется только в очень крупных городах – Москва, Санкт-Петербург и некоторых других (рис. 3).

В общем, автоматические шкафы устанавливаются на проходах в таких местах, как вокзалы, почтовые отделения, открытые парковки, супермаркеты и городские центры, поскольку они являются местами повышенного трафика.

Рис. 4. Автоматический шкаф для доставки и выдачи посылок

Инструкция по эксплуатации очень проста для пользователя. При заказе онлайн, потребитель выбирает место доставки товара (в зависимости от его удобства). Когда, доставка будет произведена в шкафчик, клиент получит SMS подтверждение с персональным кодом или уведомление по электронной почте о прибытии пакета. Этот код будет использоваться для идентификации локально (через цифровой интерфейс набора) и откроет шкафчик содержащий ваш заказ.

Сегодня рынок электронной коммерции в России находится на стадии интенсивного развития. По данным исследовательского агентства Data Insight объем российского рынка электронной коммерции в 2015 году составил 650 млрд. рублей (рост на 16% за год) [5]. По мнению многих экспертов в 2020 году объем рынка электронной коммерции составит более 2180 млрд. руб. (рис. 5).

На современном этапе в этой сфере очень много препятствий для её развития. Главной причиной является то, что интернет ещё не коснулся жизни большого числа людей, либо из-за недостатка знаний или доверия. Только малая часть людей склонна заниматься покупками в Интернете или какими-нибудь финансовыми операциями в Сети. Многие просто отказываются верить подлинности совершенно безличных бизнес операций. Люди опасаются требований о раскрытии личной или частной информации из соображения безопасности.

Рис. 5. Объем рынка электронной коммерции в России (млрд. руб.)

Другие пользователи напротив, просто не имеют уровня образования, технической подготовки и материального благосостояния к использованию услуг в данной сфере. Но проблемы на уровне человеческого развития или мышления это не самое страшное. Существует также проблема в том, что скоропортящиеся товары и продукты питания просто не подходят для электронной торговли. Срок доставки товара может быть весьма значительный, а получить какое-либо возмещение или вернуть продукт может быть крайне затруднительно.

Таким образом, общий уровень развития электронной коммерции в России в значительной мере отстает от показателей развития на западе. Но благодаря аспектам зарубежных стран описанных выше, можно сформировать благоприятную обстановку для быстрого роста и развития электронной торговли в России.

Список используемых источников:

1. CHIFFRES CLÉS 2014. Fédération e-commerce et vente à distance.
URL: http://www.fevad.com/uploads/files/enjeux2014/Chiffres_Cles_2014.pdf
2. Chronopost. Zengo.
URL: <http://www.chronopost.fr/transport-express/livraison-colis/site/chronov4/lang/fr/Zengo>
3. Daniel Bicard. Le plus grand pickup store du groupe
URL: <http://www.lsa-conso.fr/le-plus-grand-pickup-store-du-groupe-la-poste-en-vitrine-a-la-gare-saint-lazare-de-paris>
4. InPost. Почтоматы. URL: <https://inpost.ru/ru/customers/nayti-blizhaishiy-terminal>
5. Data Insight: Электронная торговля в России. Итоги 2015 года.
URL: <http://www.datainsight.ru/ecommerce2015-cmonday>

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.181

Поступила (Received): 31.03.2016

Красильникова А.Д.
Способы привлечения иностранных
инвестиций в Пермский край

Krasilnikova A.D.
Ways to attract foreign investments in Perm region

В современных условиях, характеризующихся развитием внешнеэкономических связей, привлечение иностранных инвестиций в экономику России приобретает особую актуальность. Инвестиции приносят современные технологии, повышение конкурентоспособности продукции отечественных предприятий, снижение безработицы и социальной напряженности в стране. Несмотря на принятие различных мер, инвестиционный климат Пермского края ухудшается: рост инвестиционных рисков прямо указывает на отрицательную долгосрочную тенденцию в сфере инвестиционной привлекательности

Ключевые слова: иностранные инвестиции, инвестиционная привлекательность региона, инвестиционный потенциал, инвестиционный риск

Красильникова Анастасия Дмитриевна
Пермский Государственный национальный
исследовательский университет
г. Пермь, ул. Букирева, 15

In the present conditions, characterized by the development of foreign economic relations, attraction of foreign investments in economy Russia is of particular relevance. Investments to bring-time technology, improving product competitiveness, OTE-quality enterprises, reduction of unemployment and social tension in the country. Despite the adoption of various measures, the investment climate of the Perm region is deteriorating: the growth of investment risks directly points to the negative long-term trend in investment-attractiveness while

Key words: investments, investment attractiveness of the region, investment potential, investment risk

Krasilnikova Anastasia Dmitrievna
Perm state university
Perm, Bookireva st., 15

Пермский край – субъект Российской Федерации, входящий в Приволжский федеральный округ, образован 1 декабря 2005 г. в результате объединения Пермской области и Коми-Пермяцкого автономного округа. Административный центр – город Пермь. Площадь территории составляет 160,2 тыс. кв. км.

Интегральный рейтинг Пермского края 2015 г. остался на том же уровне, что и в предыдущие годы, – 2В, что означает средний инвестиционный потенциал при умеренном риске. Но инвестиционный климат Пермского края ухудшился: так, в 1998 году регион по уровню рисков находился на 31 позиции, а в рейтинге 2015 года он оказался только на 53 месте.

Ранги составляющих инвестиционного риска

Источник: RAEX

Рис. 1. Ранги составляющих инвестиционного риска

Сейчас, по сравнению с общей массой субъектов федерации, Пермский край занимает весьма среднюю позицию с точки зрения уровня инвестиционных рисков. Если разбирать составляющие рисков, с которыми сталкивается бизнес в регионе, то наиболее высокими являются управленческие, экологические и экономические. Причём все они в долгосрочной перспективе серьёзно ухудшают привлекательность Прикамья в сравнении с другими регионами.

Факторы, которые в значительной степени определили негативную ситуацию, это: низкая доля инвестиционных вложений в валовом региональном продукте (73 место в РФ) и пониженное качество исполнения бюджета (54 место в РФ).

Определяющим условием эффективного социально-экономического развития региона является формирование благоприятного инвестиционного климата, привлечение российских и иностранных инвестиций, способствующих ускоренному обновлению и модернизации экономики Пермского края.

С 2014 года на территории Пермского края реализуется пилотный проект по внедрению Стандарта деятельности органов местного самоуправления Пермского края по обеспечению благоприятного инвестиционного климата. Стандарт разработан на базе Стандарта деятельности органов исполнительной власти субъекта РФ по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в регионе, внедряемого на территории региона с 2011 года. Оба стандарта созданы в целях повышения эффективности деятельности органов местного самоуправления по привлечению инвестиций и создания благоприятных условий

для осуществления инвестиционной деятельности на муниципальном и региональном уровнях. Внедрение стандарта в муниципальных образованиях Пермского края позволит сформировать систему поддержки инвесторов и развития предпринимательства на муниципальном уровне, а также регламентировать порядок взаимодействия органов местного самоуправления, органов государственной власти субъекта РФ, федеральных органов власти и инвесторов в вопросах привлечения инвестиций.

Важным элементом улучшения делового климата в Пермском крае является также внедрение института оценки регулирующего воздействия (ОРВ). Институт позволит создать комфортные условия для ведения предпринимательской деятельности на территории Пермского края, улучшить деловую среду, повысить эффективность деятельности органов власти в части принятия нормативно-правовых актов, необходимых для развития бизнеса, а также будет способствовать инвестиционной привлекательности региона.

С 1 января 2015 года внедрение института ОРВ предусмотрено в административном центре Пермского края – городе Перми. В городских округах и муниципальных районах внедрение института ОРВ начнется с 1 января 2016 года, в иных муниципальных образованиях – с 1 января 2017 года.

Выводы по статье:

1. Пермский Край обладает высоким потенциалом для развития, однако в силу различных факторов инвестиционная привлекательность в динамике снижается

2. Необходимо привлекать иностранных партнеров в стратегически важные отрасли.

Список используемых источников:

1. Концепция проекта «Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России». URL: <http://raexpert.ru/ratings/regions/concept/>
2. Портал правительства Пермского Края. URL: <http://permkrai.ru>
3. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ. URL: <http://www.investinregions.ru/rating/>

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.184

Поступила (Received): 31.03.2016

Красильникова А.Д.
Иностранные инвестиции в РФ в условиях санкций

Krasilnikova A.D.
Foreign investments in the Russian Federation in the sanctions

Обеспечение благоприятного инвестиционного климата и создание условий для инвестиций является актуальным на сегодняшний день, т.к. в условиях геополитической напряжённости экономика нашей страны претерпевает значительное давление со стороны США и стран Европы. Российская Федерация заинтересована в иностранных инвестициях и всецело проводит реформы по улучшению инвестиционного климата в стране

Ключевые слова: иностранные инвестиции, иностранные инвесторы, государство, инвестиционная привлекательность, инвестиционная политика, иностранный капитал

Красильникова Анастасия Дмитриевна
Пермский Государственный национальный
исследовательский университет
г. Пермь, ул. Букирева, 15

Provision of a favorable investment climate and the creation of conditions for investments is relevant today because in terms of geopolitical tension in our country's economy is undergoing significant pressure from the US and Europe. Russian Federation is interested in foreign investments, and fully implementing reforms to improve the investment climate in the country

Key words: foreign investment, foreign investors, the government, investment attractiveness, investment policy, foreign capital

Krasilnikova Anastasia Dmitrievna
Perm state university
Perm, Bookireva st., 15

Актуальность данной темы определена высокой значимостью иностранных инвестиций в развитии российской экономики. Привлечение иностранного капитала относится к стратегическим задачам развития экономики России. Иностранные инвестиции играют особую роль в этом процессе, обеспечивая доступ к финансовым ресурсам, современным технологиям, управленческим навыкам, инновационным товарам и услугам.

Согласно сведениям Росстата, ведущими странами-инвесторами в экономику Россию, доля которых в общем объеме накопленных иностранных инвестиций составляет 80%, являются Кипр, Нидерланды, Люксембург, Германия, Великобритания и Франция. Почему инвесторы не хотят вкладывать деньги в Россию? Основными причинами являются: высокий уровень коррупции; сложность открытия и ведения собственного бизнеса; противоречивость и количество законодательных актов; высокий уровень экономической преступности.

Тяжелое положение РФ на геополитической арене привело к падению ВВП вследствие ряда факторов: падения цены на нефть, ограничения экспорта, наложения санкций на организации, занимающиеся добычей нефти и поиском новых месторождений и др.

Объемы иностранных инвестиций в Россию вот уже несколько лет находятся на низком уровне, более того, доля прямых иностранных инвестиций снижается. При этом имеется ряд причин для инвестирования в РФ:

- богатство природными ресурсами;
- один из крупнейших потребительских рынков находится в РФ;
- уникальность географического положения;
- привлекательность налоговой системы;
- государственная поддержка иностранных инвесторов;
- стабильность социальной и политической системы;
- технологическое развитие государства.

Несмотря на присутствие благоприятных факторов, Российская Федерация оценивается мировым экономическим сообществом как государство с непривлекательным инвестиционным климатом. Это тесно связано с необходимостью переходить от ресурсодобывающей деятельности к инновационной, потому что развитие наукоемких и высокотехнологичных областей позволит повысить благополучие государства.

К главным пробелам инвестиционной политики относят:

- неполная проработанность федеральной законодательной базы в сфере иностранных инвестиций;
- административные барьеры и повышенные риски;
- размытое разграничение полномочий федеральных и региональных регионов;
- низкие показатели РФ на мировой экономической арене;
- отсутствие корпоративного управления в экономике РФ на уровне развитых стран.

Экономисты полагают, что результатом сокращения притока инвестиций может быть замедление роста ВВП. Российская экономика на сегодняшний день в значительной степени имеет зависимость от иностранного капитала. Тем не менее, есть вероятность, что место инвесторов из ЕС и США займут капиталисты из стран BRICS*.

На наш взгляд, для привлечения иностранных инвестиций в первую очередь должны быть созданы комфортные условия для инвестирования. Износ производственных мощностей, низкая квалификация работников и низкая финансовая грамотность населения в целом отталкивают иностранных инвесторов. Современное состояние экономики в России находится в застойном периоде.

Выводы по статье:

Инвестиционная привлекательность РФ снижается с каждым годом. Об этом свидетельствует сокращение доли реинвестированных прямых капиталовложений.

Экономика России в последние два года пребывает в положении финансового кризиса, кроме того переживает колоссальное международное давление, проявляющееся во введении в отношении России жестких санкций зарубежными странами. При этом влияние санкций на экономику России в 2015 году одновременно привнесло негативные последствия, но дало стимул к перспективам развития экономической системы и переход ее на кардинально новый качественный уровень.

**BRICS – группа из пяти стран: Бразилия, Россия, Индия, Китай, Южно-Африканская Республика.*

Список используемых источников:

1. Иностранные инвестиции в условиях санкций // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки. М.: МЦНО, 2016. № 1 (30).
URL: [http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/1\(30\).pdf](http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/1(30).pdf)
2. Последствия введения санкций для России. URL: NEWS-NSK
3. Финансовый кризис в России (2014–2015). Материал из Википедии – свободной энциклопедии.

© 2016, Красильникова А.Д.

Иностранные инвестиции в РФ в условиях санкций

© 2016, Krasilnikova A.D.

Foreign investments in the Russian Federation in the sanctions

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.187

Поступила (Received): 06.03.2016

Красильникова Е.Э.**Роль политики импортозамещения в стабилизации экономики на современном этапе России****Krasilnikova E.E.****The role of import substitution policies to stabilize the economy at the present stage of Russia**

В данной статье рассмотрены сущность и роль процесса импортозамещения в обеспечении устойчивого экономического роста, стабилизации российской экономики и обеспечения национальной экономической безопасности. В условиях международных политических противоречий, одним из средств достижения которых становятся экономические санкции, особую актуальность приобретают вопросы эффективной реализации политики импортозамещения. Совокупность мер, направленных на внедрение на отечественный рынок продукции, аналогичной импортной, и не уступающей ей ни в ценовом, ни в качественном аспектах, становится для России приоритетным направлением внутренней политики. В статье рассматриваются приоритетные для импортозамещения отрасли. На примере агропромышленного комплекса Ульяновской области можно проследить, как развивается процесс в регионах и какую отдачу он приносит. В научном труде автор также дал оценку современному состоянию процесса импортозамещения, сформулировал основные пути достижения максимального эффекта от импортозамещающих мер

Ключевые слова: продовольственная безопасность, инвестиции, импортозамещение, производство, человеческий капитал

This article examines the nature and role of the import substitution process to ensure sustainable economic growth, stabilization of the Russian economy and ensure national economic security. In terms of international political conflict, one of the means of achieving that are economic sanctions, the issues related to the effective implementation of the import substitution policy. The set of measures aimed at the introduction of the domestic market of products, similar import, and not inferior to her in any price or a qualitative aspects, it is for Russia a priority of internal policy. The article deals with priority to import substitution industries. You can see how the process is developing in the region and what it brings out the example of agro-industrial complex of the Ulyanovsk region. In scientific work, the author also gave an assessment of the current state of the process of import substitution, formulated the basic ways to achieve the maximum effect of import substitution measures

Key words: food security, investment, import substitution, production, human capital

Красильникова Елена Эдуардовна

Ведущий информационный аналитик
Агентство по развитию сельских территорий
Ульяновской области
г. Ульяновск, ул. Радищева, 5

Krasilnikova Elena Eduardovna

Senior information Analyst
Agency for rural development of the Ulyanovsk region
Ulyanovsk, Radishcheva st., 5

В современных условиях как политических, так и экономических, обострившихся на фоне разногласий на международной арене между Россией и странами ЕС и США, обеспечение национальной безопасности становится определяющим направлением в деятельности Правительства страны [1, 96]. Экономические санкции стран-участников Европейского Союза подтолкнули Россию к выработке конструктивно новых мер, призванных сгладить остроту последствий от ввода эмбарго на продукты питания, электронику и военную технику. [2, 32] В «экономической доктрине» отдельную главу отвели политике импортозамещения.

Таблица 1. Экспорт и импорт товаров из РФ

	22 00 5	22 00 6	22 00 7	22 00 8	22 00 9	22 01 0	22 01 1	22 01 2	22 01 3	22 01 4	220 15 я
Экспорт товаров из РФ (ФОб), млрд.долл.	24 3,8	30 3,5	35 4,4	47 1,6	30 3,4	40 0,0	51 5,1	52 9,1	52 3,3	49 6,7	210, 5
Импорт товаров в РФ (ФОб), млрд.долл	12 3,8	16 3,2	22 3,0	28 8,7	18 3,9	24 5,7	31 8,5	33 5,8	34 1,3	30 8,0	103, 6

Одним из наглядных индикаторов политики импортозамещения «в действии» являются показатели объемов импорта в Россию [3, 201]. Этот показатель, как видно из представленной выше таблицы, в январе-июле 2015 года составил 103,6 млрд.долларов. Если сравнивать аналогичным периодом прошлого года – то показатель снизился на 40%.

В полной [4, 47] мере политика импортозамещения реализуется в сфере промышленности и сельского хозяйства:

1. станкостроения (доля импорта в целом превышает 90%);
2. тяжелое машиностроение (доля импорта – 60-80%);
3. легкая промышленность (доля импорта – 70-90%);
4. электронная промышленность (доля импорта – 80-90%);
5. фармацевтическая, медицинская промышленность (доля импорта – 70-80%);
6. машиностроение для пищевой промышленности (доля импорта – 60-80%);
7. аграрный сектор (до 65%)

С учетом богатых ресурсов, [5, 100] наиболее успешно в России политика импортозамещения может проявить себя в агропромышленном комплексе. Для обеспечения устойчивого экономического роста в сельском хозяйстве, специфической отрасли: с длительным сроком [6, 10] окупаемости, высоким уровнем непрогнозируемых рисков, связанных с погодными условиями, и регулярной смене технологии, фермерские хозяйства, особенно на старте своей деятельности, должны рассчитывать на финансовую помощь. В настоящее время хозяйствам оказывается всесторонняя [7, 177] финансовая поддержка в виде субсидий и грантов. По состоянию на 22 октября 2015 года Министерством сельского хозяйства России в регионы перечислены субсидии на общую сумму 159,4

млрд.руб. В т.ч. дополнительно увеличены дотации на развитие животноводства на 5,1 млрд.руб. растениеводство на 3,8 млрд.руб., соответственно. Таким образом, общий объем вложений достигает 30 млрд.руб и 15,4 млрд.руб, соответственно (Принято Распоряжением от 24 октября 2015 года №2163-р). В России также действует федерально-целевая программа «Начинающий фермер». Финансирование осуществляется за счет средств федерального бюджета и направлено на поддержку молодых специалистов в аграрной отрасли. В среднем, размер «финансовой помощи» начинающим фермерам составляет 1,5 миллиона рублей, денежные средства выдаются под экономически обоснованный бизнес-план. В прошлом году финансовая поддержка оказана 15% вновь образованных крестьянско-фермерских хозяйств, в 2013 году – 13%. В 2015 году на гранты начинающим фермерам в бюджет России изначально заложено 1,9 млрд.руб. Распоряжением Правительства России от 16 июня общий объем средств увеличен до 3,2 млрд.руб. (Распоряжение Правительства РФ от 16 июня 2015 г. N 1108-р) По данным Росстата, 122,9 тысяч индивидуальных предпринимателей смогли получить поддержку.

В качестве основных, жизненно-важных для экономики России, в целом, и АПК, в частности, следует отметить:

1. Совершенствование политики в области ценообразования. Одним из стратегических направлений должно стать ограничение роста цен на тарифы и материальные и энергоресурсы. государственных закупочных сельскохозяйственных сессий по заранее объявленным и гарантированным производителям ценам;

2. Одним из наиболее важных и, притом острых для российского АПК, вопросов был и остается вопрос совершенствования земельных отношений;

3. Техническое переоснащение;

4. Расширение государственной поддержки аграрной отрасли.

5. Проектное финансирование. Выделяемые на развитие аграрной отрасли бюджетные средства должны направляться на конкретные, экономически обоснованные проекты, а не носить точечный характер.

Список используемых источников:

1. Мартынов К. Проблемы оценки продовольственной безопасности России // Теория и практика общественного развития. 2014. №14. С. 94-97.
2. Курочкина А., Луговской Р., Зиньковская В. Учет экзогенных и эндогенных факторов при формировании государственной политики в сфере продовольственной безопасности России // Экономика и управление. 2015. №1(111). С. 30-37.
3. Моттаева А. Анализ экономических последствий санкций для регионов России // Экономика и предпринимательство. 2015. №6-3. С. 200-203.
4. Эпштейн Д. Эмбарго, аграрная политика и смена парадигм государственного управления // Экономическое возрождение России. 2014. №4(42). С. 45-52.
5. Кнобель А. Евразийский экономический союз: перспективы развития и возможные препятствия // 2015. №3. С. 87-108.
6. Дудин М., Лясников Н. Развитие экономики России в условиях экономических санкций: национальные интересы и безопасность // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. №43(280). С.2-11.
7. Осипов В. Внутренние угрозы экономической безопасности России // Экономика и предпринимательство. 2015. №5-2. С.176-179.

8. Голубев А. Развитие АПК на основе инноваций как условие импортозамещения // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2015. №2. С. 42-47.
9. Мадатова О., Касьянова С. Развитие системы кредитных гарантий малым сельскохозяйственным предприятиям // Финансы и кредит. 2015. №1(625). С. 19-28.

© 2016, Красильникова Е.Э.

Роль политики импортозамещения в стабилизации экономики на современном этапе России

© 2016, Krasilnikova E.E.

The role of import substitution policies to stabilize the economy at the present stage of Russia

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.191

Поступила (Received): 01.03.2016

Кяжин М.С.**Опыт антиинфляционного регулирования за рубежом****Kyazhin M.S.****Experience of anti-inflation regulation abroad**

Статья посвящена антиинфляционному регулированию за рубежом. В данной статье рассмотрены основные направления антиинфляционной политики на примере зарубежного опыта. Рассмотрены основные варианты антиинфляционного регулирования. Представлен сравнительный анализ Франции и Германии. Приведена динамика прироста потребительских цен зарубежных стран в сравнении с Россией в 2012-2015 гг.

Ключевые слова: экономика, инфляция, антиинфляционная политика, политика доходов, бюджетная политика, денежно-кредитная политика

The article is devoted to anti-inflation regulation abroad. This article describes the main directions of anti-inflation policy as an example of foreign experience. The main variants of anti-inflation regulation. The comparative analysis of France and Germany. The dynamics of growth in foreign consumer prices in comparison with Russia in 2012-2015

Key words: economy, inflation, antiinflationary policy, income policy, fiscal policy, monetary policy

Кяжин Михаил Сергеевич

Студент

Финансовый университет при правительстве РФ

Kyazhin Mikhail Sergeevich

Student

Financial university under the government of the RF

Согласно экономическому словарю инфляция представляет собой «обесценение бумажных денег вследствие выпуска их в обращение в размерах, превышающих потребности товарооборота, что сопровождается ростом цен на товары и падением реальной заработной платы. Инфляция – многофакторный процесс, представляющий собой восстановление равновесия между покупательной способностью общества, выраженной в деньгах, и доступным товарным обеспечением и услугами, которые могут быть куплены посредством повышения цен» [1].

В целях установления сбалансированности экономики и недопущения негативных социальных последствий в стране правительствами и центральными банками в рамках государственного регулирования проводится антиинфляционная политика. Такая политика включает в себя комплекс мер по предупреждению, снижению темпов и преодолению инфляции. Принимаемые меры зависят от характера и уровня инфляции, а также от выбранного способа борьбы с ней.

В научной литературе и научных публикациях зарубежный опыт проведения антиинфляционной политики представлен по следующим основным направлениям:

- регулирование реально располагаемых доходов населения (проведение «политики доходов»);
- бюджетная (фискальная) политика;
- денежно-кредитная политика.

Кратко остановимся на каждом направлении.

Политика доходов была предложена посткейнсианцами. Наиболее практическое применение она приобрела в 1960-1970-е годы, когда в США, Соединенном Королевстве (Великобритании), Франции, Швеции, Австрии применялись разные схемы контроля над ценами и заработной платой.

Одним из основных инструментов политики доходов является установление государством минимального размера оплаты труда (МРОТ), ниже которого не должна оплачиваться выполняемая во время полного рабочего дня работа. По данным Европейского комитета статистики, МРОТ в развитых странах в 2014 году составлял: в Бельгии – 1440,67 евро; Франции – 1 343,77 евро; Великобритании – 1 202 евро; Ирландии – 1 499,33 евро; Нидерландах – 1 398 евро; США – 1 030 евро. Наиболее высокий уровень МРОТ вот уже на протяжении ряда лет в Люксембурге, где в 2014 году он составил 1 682,76 евро.

В некоторых зарубежных странах МРОТ устанавливается не в целом по стране, а по некоторым отраслям на основе либо законодательных нормативных актов, либо коллективных соглашений между работодателями и профсоюзами. К таким странам относятся Финляндия, Швеция, Дания, Италия и Германия.

На рис. 1 представлен сравнительный анализ Франции и Германии.

* Диаграмма составлена автором на основании данных Росстата [2]

Рис. 1. Динамика потребительских цен и уровня безработицы Германии и Франции в 2012-2015 гг.

Как видно из приведенных на рис. 1 данных, динамика прироста потребительских цен в Германии и Франции примерно одинаковая и имеет тенденцию к снижению (в 2015 году – до 0,1 %), при этом уровень безработицы во Франции намного выше и составил в 2015 году 10,4 % к экономически активному населению (рабочей силе), в Германии – 4,6 процента.

Таким образом, политика доходов, с одной стороны, является составляющей антиинфляционной политики государства, а с другой, является частью социальной политики, гарантирующей гражданам своей страны стабильный реальный доход.

В большинстве стран требования макроэкономической стабильности **в области бюджетной политики** сводятся к введению правила, определяющего принятие бюджетных решений. В экономически развитых странах «бюджетное правило» чаще всего устанавливает предельный уровень дефицита государственного бюджета и/или предельный объем государственного долга. Так, например, Маастрихтские критерии (при вступлении в зону евро) устанавливают требования к уровню дефицита бюджета страны не более 3 % ВВП и уровню государственного долга – не более 60 % ВВП.

Предельный размер объема государственного долга в США ограничен на законодательном уровне, а с 2011 года – в Испании отражен в Конституции страны. В государствах, экономика которых специализируется на экспорте сырьевых товаров, обычно действуют «бюджетные правила», основанные на межвременном перераспределении доходов от экспорта (через механизм стабилизационных фондов).

Стабилизационные фонды создавались и действуют в Норвегии (с 1990 года), Омане, Чили, Колумбии, Кувейте (с 1960 года), США (штате Аляска с 1976 года) и других странах. При этом, в ряде стран в разные годы он достигал от 20 до 100 процентов ВВП.

Денежно-кредитная политика характеризуется комплексом мер по управлению денежной массой и стоимостью денег, осуществляемых центральным банком страны для поддержания стабильности цен, устойчивости национальной валюты и стимулирования экономического роста в стране.

В условиях относительно низкой инфляции и невысоких темпов экономического роста центральные банки развитых стран в 2015 году продолжали проводить мягкую денежно-кредитную политику. В частности, было отложено повышение ставок ФРС США, что удерживало процентные ставки на мировых финансовых рынках на низком уровне.

На рис. 2 приведена динамика прироста потребительских цен зарубежных стран в сравнении с Россией в 2012-2015 гг.

Как видно из приведенных на диаграмме (рис. 2) данных, по темпам прироста в таких странах как Германия, Италия, Канада, Китай, Соединенное Королевство (Великобритания), США, Франция и Япония, в период 2012-2015 гг. инфляцию можно определить как «ползучую», характерную для промышленно развитых стран (темп прироста составляет по разным оценкам от 3 до 10 % в год). В таких странах как Россия, Бразилия, Индия и ЮАР в этот период –

галопирующая инфляция, характерная для развивающихся стран и стран с переходной экономикой (от 10 – 50% до 200 – 300% в год).

* Диаграмма составлена автором на основании данных Росстата [2]

Рис. 2. Динамика прироста потребительских цен некоторых стран в 2012-2015 гг.

Одним из универсальных регуляторов денежно-кредитной политики является ставка рефинансирования, и многие развитые страны отдают предпочтение этому регулятору. В каждой стране действует своя «ключевая ставка» при проведении денежно-кредитной политики, изменяя которую центральный банк пытается воздействовать на другие процентные ставки в экономике. В Соединенном Королевстве (Великобритании) – это процентная ставка по резервам коммерческих банков на счетах в Банке Англии, в Японии – ставка Банка Японии по однодневным кредитам без обеспечения, в США – целевой уровень ставки по межбанковским кредитам, в еврозоне – минимальная ставка на аукционах РЕПО с Европейским центральным банком.

Для подавления инфляции монетарного происхождения центральный банк страны повышает учетную ставку. Удорожание кредитов приводит к уменьшению денежной массы в стране. И, наоборот, для стимулирования деловой активности и экономического роста центральный банк страны осуществляет снижение учетной ставки, что приводит к увеличению спроса на кредиты и денежной массы.

В табл. 1 приведены показатели ВВП, инфляции и процентные ставки в странах БРИКС, США и еврозоне в 2015 году.

Данные, приведенные на рис. 2 и в табл. 1, свидетельствуют также о том, что в условиях снижения цен на большинство сырьевых товаров (в течение

2015 года снижались цены на газ, уголь, железную руду, другие черные и цветные металлы) и падения цен на мировых рынках продовольствия инфляция в большинстве крупнейших экономик оставалась низкой. Так, в сентябре 2015 года годовой темп прироста потребительских цен в США составил 0,0 %, в Китае – 1,6 %.

Таблица 1. ВВП, инфляция и процентные ставки в странах БРИКС, США и еврозоне*

	Ключевая (целевая) ставка центрального банка, % годовых	Ставка банковского кредита нефинансовому сектору на срок до 1 года/1 год, % годовых	Инфляция, в % к соответствующему месяцу предыдущего года	Темпы прироста ВВП, в % к соответствующему кварталу предыдущего года
Россия	11,0	14,2	15,67	-4,6
Бразилия	14,25	42,6	9,49	-2,6
Индия	6,75	10,1	5,14	7,0
Китай	4,35	4,9	1,6	6,9
ЮАР	6,0	9,3	4,59	1,2
США	0-0,25	3,3	-0,03	2,0
Еврозона	0,05	2,9	-0,08	1,5

* Данные по ключевым (целевым) ставкам приведены по состоянию на 4.11.2015, по банковским ставкам по кредитам – за II квартал 2015 года (по России – за август 2015 года), по инфляции – за сентябрь 2015 года, по темпам прироста ВВП – за II квартал 2015 года (по Китаю и США – за III квартал 2015 года). Источники: МВФ, Bloomberg. Приводится по документу «Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2016 год и период 2017 и 2018 годов» (Информационно-правовая система «Консультант плюс»)

В странах еврозоны индекс потребительских цен снизился по сравнению с сентябрем 2014 года на 0,1 %.

Вместе с тем, в российской экономике, несмотря на сдержанный рост внешних цен, существенное увеличивающееся давление на динамику внутренних цен импорта оказывали ослабление рубля и действие ограничений на ввоз отдельных категорий продовольственных товаров, введенных в августе 2014 года.

Рассмотрение приведенных основных вариантов антиинфляционного регулирования позволяют сделать вывод о том, что они позволяют в краткосрочном периоде достичь ограничения совокупного спроса, предотвратить «перегрев» экономики и вывести ее из состояния «инфляционного разрыва». Однако в долгосрочном периоде особое значение приобретает также политика управления совокупным предложением, к которой относится активная структурная, инвестиционная, промышленная политика и политика управления инновационным потенциалом.

Список используемых источников:

1. Экономический словарь. Институт новой экономики, 2010. С. 314-315.
2. Росстат. URL: http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d06/32.htm

3. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2016 год и период 2017 и 2018 годов.
4. Дробышевский С., Синельников-Мурылев С. Макроэкономические предпосылки реализации новой модели роста // Вопросы экономики. 2012. № 9. С. 4-24.
5. Малкин М.Ю. Инфляционные процессы и денежно-кредитное регулирование в России и за рубежом. М.: ИНФРА-М, 2012. 310 с.
6. Официальный сайт Росстата России. URL: www.gks.ru

© 2016, Кяжин М.С.

Опыт антиинфляционного регулирования за рубежом

© 2016, Kyazhin M.S.

Experience of anti-inflation regulation abroad

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.197

Поступила (Received): 24.03.2016

Литвиненко А.И., Михайловский А.А. Аудит и финансовое планирование на предприятии атомной энергетики

Litvinenko A.I., Mikhaylovsky A.A.
Audit and financial planning at the enterprise of nuclear power

В данной работе обоснована значимость аудита и финансового планирования в организации деятельности предприятия атомной энергетики, освещены основные этапы анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия в качестве подготовки к составлению финансового плана, а также этапы его создания

Ключевые слова: финансовый план, аудит, атомная энергетика

The work explores the importance of the audit and financial planning in the nuclear energy enterprise activity; the main steps of the analysis of enterprise financial-economic activity in preparation of financial plan, and the stages of its creation

Key words: financial plan, audit, nuclear energy

Литвиненко Анастасия Игоревна
Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
г. Москва, Каширское шоссе, 31

Litvinenko Anastasiya Igorevna
National nuclear research university "MEPhI"
Moscow, Kashirskoe shosse, 31

Михайловский Александр Александрович
Аспирант
Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
г. Москва, Каширское шоссе, 31

Mikhaylovsky Aleksander Aleksandrovich
Graduate
National nuclear research university "MEPhI"
Moscow, Kashirskoe shosse, 31

В данной работе обоснована значимость аудита и финансового планирования в организации деятельности предприятия атомной энергетики, освещены основные этапы анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия в качестве подготовки к составлению финансового плана, а также этапы его создания.

В настоящее время, в условиях серьезной конкурентной борьбы, каждое предприятие ставит целью максимизировать прибыль и улучшить экономические показатели своей деятельности. Однако это становится недостижимо при отсутствии постоянного внутреннего контроля над всеми аспектами деятельности предприятия и, в особенности, финансовой деятельности. В свою очередь, для осуществления оптимального распределения ресурсов и принятия управленческих решений руководству необходимо иметь в распоряжении достовер-

ные финансовые данные. Поэтому у каждого хозяйствующего субъекта возникает потребность в аудите, главной целью которого является выражение мнения о достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности [1].

Результаты аудиторской проверки дают полное представление о функционировании предприятия, об уровне использования производственного потенциала, достаточности средств для погашения обязательств, позволяют сформировать мнение о потребностях в инвестициях, оценить ресурсы для дальнейшего развития предприятия. То есть результаты аудита позволяют осуществить грамотное планирование деятельности хозяйствующего субъекта, которое осуществляется на основании достоверной бухгалтерской отчетности.

Значимость планирования, особенно на предприятиях атомной энергетики, которые отличаются спецификой следования государственным заказам, очень высока. Планирование учитывает недостатки и проблемы финансового состояния хозяйствующего субъекта и проводится с целью их минимизации в будущем.

Планирование – это процесс разработки и принятия целевых установок в количественном и качественном выражении, а также определение путей их наиболее эффективного достижения [2].

Финансовое планирование – это процесс анализа финансовой и инвестиционной политики, прогнозирование их результатов и воздействия на экономическое окружение предприятия; процесс принятия решений о допустимом уровне риска и выборе окончательных вариантов финансовых планов [3].

Подготовительным этапом финансового планирования является сбор сведений о хозяйственной деятельности предприятия, который осуществляется с помощью анализа финансово-хозяйственной деятельности. В процессе предварительного планирования применяются процедуры финансового анализа:

- проверка показателей бухгалтерской отчетности на наличие арифметических ошибок;
- вертикальный анализ бухгалтерской отчетности, который заключается в определении доли укрупненных статей в общем итоге и в итоге соответствующего раздела баланса;
- горизонтальный анализ бухгалтерской отчетности – расчет абсолютных и относительных отклонений значений статей отчетности для оценки отклонений показателей в динамике и определения существенности этих отклонений;
- расчет основных финансовых коэффициентов и оценка их в динамике;
- сравнение показателей отчетности экономического субъекта с данными по соответствующей отрасли;
- сопоставление данных отчетности с плановыми (прогнозными) показателями [4].

Финансовый план оказывает большое влияние на экономику предприятия: посредством него происходит соизмерение реальных финансовых возможностей и затрат за счет взаимосвязи всей статей финансового плана и экономических показателей деятельности предприятия.

Финансовое планирование сегодня – это управление процессами создания, распределения, перераспределения и использования финансовых ресурсов

на предприятии, которое находит своё отражение в детализированных финансовых планах. Финансовое планирование является неотъемлемой частью общего процесса планирования и, следовательно, управленческого процесса, который осуществляет руководство предприятия. Его главными этапами являются следующие:

- анализ инвестиционных возможностей и возможностей финансирования, которыми располагает компания;
- прогнозирование последствий текущих решений для того, чтобы избежать неопределенности и понять связь между текущими и будущими решениями;
- обоснование выбранного варианта из ряда возможных решений;
- оценка результатов, достигнутых компанией, в сравнении с целями, установленными в финансовом плане.

На основании вышесказанного можно заключить, что в современных условиях институт финансового планирования является наиболее актуальным и практически значимым для экономики, но остается открытым вопрос его адаптивности под отраслевые специфики.

Список используемых источников:

1. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия. М.: ЮНИТИ, 2012. С. 98-99.
2. Колчина Н.В. Финансы организаций (предприятий). М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. С. 13-17.
3. Лихачева О.Н. Финансовое планирование на предприятии. М.: Проспект, 2003. С. 123.
4. Абакумова А.В. Основы аудита. СПб.: СПб ГУИТМО, 2009. С. 169-173.

© 2016, Литвиненко А.И., Михайловский А.А.
Аудит и финансовое планирование на предприятии
атомной энергетики

© 2016, Litvinenko A.I., Mikhaylovsky A.A.
Audit and financial planning at the enterprise of
nuclear power

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.200

Поступила (Received): 09.03.2016

Маркова Г.И.
Аудиторская проверка деятельности
индивидуального предпринимателя

Markova G.I.
An audit of the activities of an individual entrepreneur

В статье рассмотрена модель аудита индивидуального предпринимателя, процесс проведения аудиторской проверки, принципы составления отчета по аудиту индивидуального предпринимателя

Ключевые слова: аудиторская проверка, индивидуальный предприниматель, модель аудита, планирование, методы проведения, процесс проведения

The article considers the model of audit of the individual entrepreneur, the process of audit, the basis of preparation of the report on the audit of the individual entrepreneur

Key words: audit, individual entrepreneur, model audit, planning, methods of implementation, the process of conducting

Маркова Галина Ивановна

Старший преподаватель

Тувинский государственный университет

г. Тува, ул. Ленина, 36

Markova Galina Ivanovna

Senior lecturer

Tuvan state university

Tuva, Lenin st., 36

Систематическая аудиторская проверка финансово-хозяйственной деятельности индивидуального предпринимателя позволяет своевременно принимать решения по устранению выявленных недостатков в использовании ресурсов и быть конкурентоспособным на финансовом рынке в целях получения льготных кредитов банков.

В рыночной экономике индивидуальные предприниматели подвержены риску несостоятельности (банкротства), и поэтому внешний аудит может выступать гарантом их стабильного и эффективного функционирования.

На законодательном уровне утверждено Правило (стандарт) аудиторской деятельности "Особенности аудита малых экономических субъектов", которое отражает порядок проведения аудита организаций, относящихся к субъектам малого бизнеса, что является неприемлемым при осуществлении аудита индивидуальных предпринимателей.

Модель аудита деятельности индивидуального предпринимателя, по нашему мнению, должна включать в себя следующие разделы.

1. Перечень основных нормативных документов, регулирующих деятельность индивидуального предпринимателя, учет его доходов и расходов, порядок исчисления и уплаты соответствующих налогов.

2. Определение цели и задач аудита деятельности индивидуального предпринимателя – проверка учета операций финансово-хозяйственной деятельности, в частности, отражения доходов и расходов.

3. Определение объектов аудита на основании выбранной индивидуальным предпринимателем системы налогообложения.

4. План аудиторской проверки, где излагается очередность проведения аудита по соответствующему объекту с описанием работы аудитора, составляются вопросники.

5. Программа аудита деятельности индивидуального предпринимателя, перечисляются все вопросы, содержащиеся в соответствующем разделе программы, по которому разрабатывается методика. в разрезе всех разделов книги учета доходов и расходов.

6. Определение источников информации, используемых при аудите, а именно – первичные документы по разделу учета и налогообложения; регистры налогового учета (книга учета доходов, расходов и хозяйственных операций; книги покупок и книги продаж и т. д.); налоговые декларации.

7. Выбор методов проведения аудиторской проверки деятельности индивидуального предпринимателя по отдельным разделам учета доходов и расходов финансово-хозяйственной деятельности.

Процесс проведения аудиторской проверки деятельности предпринимателя без образования юридического лица следующий: Деятельность до начала проверки; Разработка стратегии аудита; Изучение и организация учета доходов и расходов индивидуального предпринимателя; Изучение применяемой системы налогообложения; Составление общего плана аудита; Разработка программы аудита; Процедуры сбора доказательств о формировании полученных доходов и производственных расходов, исчисления налога; Формирование мнения о достоверности определения доходов и расходов в книге учета доходов и расходов и хозяйственных операций;

В зависимости от объема учетной работы индивидуальный предприниматель может: вести учет фактов хозяйственной деятельности и подготавливать налоговую отчетность лично; ввести в штат должность бухгалтера; учредить бухгалтерскую службу как структурное подразделение, возглавляемое главным бухгалтером; привлечь к ведению учета доходов и расходов и исчислению налогов специализированную организацию.

В последнем случае аудитору необходимо для планирования аудита и его эффективного проведения оценить влияние специализированной организации как на учет доходов и расходов индивидуального предпринимателя, так и на систему внутреннего контроля аудируемого лица – индивидуального предпринимателя.

Требования в отношении действий аудитора при проведении аудита бухгалтерской отчетности хозяйствующих субъектов, которые пользуются услугами специализированных организаций, установлены Правилом (стандартом) аудиторской деятельности № 25 "Учет особенностей аудируемого лица, финансовую (бухгалтерскую) отчетность которого подготавливает специализированная организация".

Конечным этапом проведения аудита индивидуального предпринимателя является подготовка отчета по результатам проведения аудита; заключения по результатам проведения аудита.

Аудитор должен руководствоваться следующими принципами составления отчета по аудиту деятельности индивидуального предпринимателя:

- выразить четко сформулированное мнение о степени достоверности отражения полученных доходов и осуществленных расходов в книге доходов и расходов и соблюдения во всех существенных аспектах норм законодательства;

- при составлении заключения по результатам аудита необходимо принимать во внимание все существенные обстоятельства, установленные в результате аудита его деятельности;

- не допускать исправлений в заключении по результатам аудита деятельности;

- аудиторское заключение не может и не должно трактоваться индивидуальным предпринимателем и заинтересованными пользователями как гарантия аудиторской фирмы в том, что не существует других обстоятельств, оказывающих влияние или способных оказать влияние на полноту и правильность отражения доходов и расходов и достоверность книги учета доходов и расходов

Фиксируя в отчете по результатам проведения аудита деятельности индивидуального предпринимателя обнаруженные отклонения в отражении доходов и расходов, определении налогооблагаемой базы, исчислении налогов и сборов, аудитору необходимо их обосновать, указать причину и дать им оценку, ссылаясь на действующие нормативно-правовые акты.

Аудиторское заключение датируется числом, когда был завершен аудит, так как данный факт указывает пользователю на то, что аудитор учел влияние событий и операций, имевших место с даты окончания проведения аудита деятельности индивидуального предпринимателя до даты подписания заключения.

Аудит деятельности индивидуального предпринимателя позволяет организовать более эффективный учет финансово-хозяйственной деятельности, произвести анализ, дать рекомендации по оптимизации налогообложения и ведению деятельности, а также спрогнозировать дальнейшее развитие деятельности предпринимателя в условиях экономической ситуации в стране и в данном регионе.

Список используемых источников:

1. Правило (стандарт) аудиторской деятельности «Особенности аудита малых экономических субъектов» (одобрено Комиссией по аудиторской деятельности при Президенте РФ 11 июля 2000 г., протокол N 1).

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.203

Поступила (Received): 16.03.2016

Маслénкова М.В.
Использование концепций PIT-TTC при моделировании
вероятности дефолта корпоративных заемщиков

Maslenkova M.V.
Implementing PIT-TTC approach in a modelling
of corporates' probability of default

В данной статье рассматривается математический базис для применения подходов TTC и PIT при моделировании дефолта корпоративных заемщиков. Правильное толкование и применение этих понятий становится все более важным в условиях ужесточения требований к банковскому капиталу
Ключевые слова: вероятность дефолта, TTC, PIT

In this paper, the mathematical basis for using TTC and PIT approach, when modelling corporates' probability of default, is discussed. It becomes more and more necessary in the present trend of increased capital requirements on banks

Key words: probability of default, TTC, PIT

Маслénкова Марина Валерьевна
Магистр
Финансовый университет при правительстве РФ
г. Москва, Ленинградский пр-т, 49

Maslenkova Marina Valerievna
Master
Financial university under the government of RF
Moscow, Leningradsky ave., 49

Согласно классификации Базельского комитета, выделяют два основных подхода к оценке кредитных рисков: стандартизированный подход – подход на основе внешних (заданных международными рейтинговыми агентствами) кредитных рейтингов и подход на основе внутренних (рассчитанных банком самостоятельно) рейтингов. Оба подхода предполагают методологию расчета достаточности капитала банка, необходимого для покрытия основных банковских рисков. Подход на основе внутренних рейтингов позволяет банку более гибко оценить кредитные риски, поэтому в настоящее время ему уделяется большое внимание.

Одним из компонентов данного подхода является вероятность дефолта (PD от англ. Probability of Default). PD является внутренней характеристикой каждого заемщика, т.е. она не зависит от величины обеспечения, типа продукта и проч. Подразумевается присвоение одного и того же внутреннего рейтинга заемщикам с одинаковой вероятностью дефолта. От того, насколько корректно произведено расчет PD зависит эффективность принятия управленческих решений по расчету уровня достаточного капитала банка.

Для оценки вероятности дефолта корпоративных заемщиков часто используется построение регрессионных моделей. Сначала выбираются количественные и качественные показатели и определяются группы «хороших» (не

было дефолта) и «плохих» заемщиков. Осуществляется поиск значимых параметров, и затем строится уравнение регрессии, описывающая найденные закономерности. Допустим такая модель имеется в наличии. Однако, можно ли ее будет применять спустя некоторое время, когда изменится экономическая ситуация? Сможет ли построенная модель с тем же успехом применяться к новым заемщикам, когда их отдельные показатели (качественные и количественные) поменяют свою значимость? В исчерпывающем большинстве случаев ответ будет отрицательным. Решить эту проблему помогают понятия вероятности дефолта с точки зрения двух рейтинговых концепций: PIT (от англ. Point-in-Time) и TTC (от англ. Through-the-Circle).

PIT PD позволяет определить вероятность дефолта в конкретный момент времени, принимая во внимание текущие показатели деятельности заемщика и изменение экономического цикла. TTC PD есть вероятность объявления заемщиком дефолта в течение определенного количества времени, принимая во внимание текущие показатели деятельности заемщика и некие усредненные показатели экономики, независимо от того какие они на данный момент. Исходя из этих определений, легко понять, что предпочтение отдается TTC PD, поскольку она позволяет обеспечить стабильность требований к капиталу банка. Это, в свою очередь, соответствует ожиданиям регулятора, поскольку в таком случае отсутствуют резкие колебания величины достаточности капитала.

Расчет TTC PD может осуществляться двумя способами. Первый способ основан на модели так называемого «переменного коэффициента». Суть его заключается в искусственной трансформации модели PIT в TTC: вероятность дефолта занижается в периоды экономического спада и завышается в периоды экономического роста до некоторого значения, соответствующего средней вероятности дефолта, вычисленной за долгосрочный период. Второй способ – построение структурной модели. Структурная модель связывает кредитоспособность фирмы и ее экономическое и финансовое состояние, из чего следует что вероятность дефолта в модели является эндогенной величиной.

Структурные модели опираются на структурные показатели фирм такие как, величина активов, величина долга. Модель Мертона (1974) является первой созданной моделью этого типа. В ней дефолт фирмы наступает, когда в момент выплаты требований по долгу активы фирмы меньше этих требований.

Предположим что динамика активов фирмы n , равных величине $V_{n,t}$ в момент t , подчиняется геометрическому броуновскому движению:

$$\frac{dV_{n,t}}{V_{n,t}} = \mu_n dt + \sigma_n dW_{n,t}, \quad (1)$$

где μ_n – ожидаемая стоимость активов, σ_n – волатильность стоимости активов, $W_{n,t}$ – стандартное броуновское движение. Фирма финансируется за счет собственного капитала акционеров и за счет заемного капитала. Будем обозначать величину заемного капитала (кредиторской задолженности) $D_{n,t}$. При наступлении срока платежа по кредиторской задолженности в момент $t = T$, кредиторы предъявляют требования в размере суммы долга $D_{n,t}$. Здесь вводится следующее упрощение: фирма имеет только один долг в размере $D_{n,t}$, который имеет форму облигации с нулевым купоном. Это означает, что вся сумма

долга должна быть уплачена разовым платежом в момент времени $t = T$ без процентов. Также, предполагается, что фирма не несет никаких издержек при совершении сделок (например, выплата налога).

Рассмотрим две возможные ситуации, которые могут произойти на момент выплаты долга. Первый, оптимистичный сценарий, предполагает, что долг полностью обеспечен стоимостью активов компании, т.е. $V_{n,T} \geq D_{n,T}$. В этом случае кредиторы получают величину своих требований D_T , а акционерам достается оставшаяся часть $V_{n,T} - D_{n,T}$. Второй, пессимистичный сценарий, предполагает, что величина долга превышает стоимость компании, т.е. $V_{n,T} < D_{n,T}$. В этом случае кредиторы получают ту стоимость компании, которая доступна $V_{n,T}$, а акционеры теряют свою компанию, а значит, происходит дефолт компании. Таким образом, стоимость получаемой кредиторами суммы можно записать так:

$$D_{n,T} = \begin{cases} D_{n,T}, & V_{n,T} \geq D_{n,T} \\ V_{n,T}, & \text{иначе} \end{cases} \quad (2)$$

Такая формулировка показывает, что сумма, которую получают кредиторы совпадает с определением прибыли продавца европейского опциона пут без учета комиссии. Допустим, что стоимость активов компании $V_{n,T}$ имеет нормальное распределение со стандартным отклонением σ , а величина безрисковой ставки равна r . На основе модели ценообразования Блэка-Шоулза, цена исполнения такого опциона равна:

$$K_{n,t,T} = \frac{\ln D_{n,t} - \ln V_{n,t} - \left(\mu_n - \frac{\sigma_n^2}{2}\right)(T-t)}{\sigma_n \sqrt{T-t}} \quad (3)$$

Вероятность дефолта фирмы во время $t < T$ при наступлении $t = T$ можно записать следующим образом:

$$p_{n,t,T} = P[V_{n,T} < D_{n,T} | V_{n,t}]$$

Согласно формуле Ито, процесс (1) можно переписать как зависимость стоимости активов фирмы в момент T от текущей величины активов $V_{n,t}$:

$$V_{n,T} = V_{n,t} \exp \left\{ \left(\mu_n - \frac{\sigma_n^2}{2} \right) (T-t) + \sigma_n \sqrt{T-t} X_{n,t,T} \right\}, \quad (4)$$

где $X_{n,t,T}$ задается так:

$$X_{n,t,T} = \frac{W_{n,T} - W_{n,t}}{\sqrt{T-t}}, \quad (5)$$

где $X_{n,t,T}$ имеет стандартное нормально распределение.

Выразив отсюда $X_{n,t,T}$ получим:

$$X_{n,t,T} = \frac{\ln A_{n,T} - \ln V_{n,t} - \left(\mu_n - \frac{\sigma_n^2}{2}\right)(T-t)}{\sigma_n \sqrt{T-t}} \quad (6)$$

Теперь можно записать условие дефолта фирмы n при наступлении $t = T$ в терминах случайной величины $X_{n,t,T}$:

$$V_{n,T} < D_{n,T} \Leftrightarrow X_{n,t,T} < K_{n,t,T} \quad (7)$$

С учетом, можно сказать, что вероятность дефолта равна:

$$p_{n,t,T} = P(X_{n,t,T} < K_{n,t,T}) = \Phi(K_{n,t,T}) \quad (8)$$

Вычислим вероятность дефолта каждой из фирм $n = 1, \dots, N$ во время $t > 0$ с тем допущением, что одна фирма имеет только один долг. Тогда вероятность дефолта будет переписана следующим образом:

$$p_{n,t} = \Phi \left(\frac{\ln D_n - \ln V_{n,0} - \left(\mu_n - \frac{\sigma_n^2}{2} \right) t}{\sigma_n \sqrt{t}} \right) = \Phi(K_{n,t}) \quad (9)$$

Согласно модели Vasicek, для вычисления вероятности дефолта всего портфеля недостаточно знать вероятности дефолта каждой из компаний. Необходимо также знать корреляцию между вероятностями дефолта этих компаний. Поскольку единственная случайная величина, которая влияет на состояние компании n в момент времени t (произошел/не произошел дефолт) – это $X_{n,t}$, то корреляционная структура между вероятностями дефолта разных компаний может быть выражена через случайные величины $X_{1,t}, \dots, X_{N,t}$ с нормальным распределением. Предположим, что коэффициент корреляции каждой пары $X_{n,t}$ и $X_{m,t}$ – это $\rho_{n,m,t}$. При допущении, что коэффициент корреляции $\rho_{n,m,t}$ одинаков для каждой пары $X_{n,t}$ и $X_{m,t}$ получим:

$$\text{corr}(X_{n,t}, X_{m,t}) = \rho_{n,m,t} = \rho_t, n \neq m \quad (10)$$

Такое допущение позволяет предположить, что существует случайная экзогенная переменная, которая влияет на величину активов всех фирм в портфеле одним и тем же образом. Более того, можно записать случайные величины

$$X_{n,t} = \sqrt{\rho_t} Y_t + \sqrt{1 - \rho_t} \varepsilon_{n,t}, \quad (11)$$

для всех $n = 1, \dots, N$ где $Y_t, \varepsilon_{1,t}, \dots, \varepsilon_{N,t}$ имеют стандартное нормальное распределение. Эту запись можно проинтерпретировать следующим образом. Каждая случайная величина $X_{n,t}$, от значения которой зависит произойдет ли дефолт фирма n в период t , представляет собой сумму двух факторов риска. Один из них – систематический фактор риска Y_t , который влияет на все фирмы одинаково. Другой – случайный (идиосинкратический) фактор риска, который для каждой фирмы индивидуален.

Условная вероятность дефолта для каждой из фирм, с учетом систематического фактора риска, при условии, что случайные величины $X_{1,t}, \dots, X_{N,t}$ представляется следующей формулой:

$$p_n(Y_t) = P[X_{n,t} < K_{n,t} | Y_t] = P[\sqrt{\rho_t} Y_t + \sqrt{1 - \rho_t} \varepsilon_{n,t} < K_{n,t} | Y_t] = P \left[\varepsilon_{n,t} < \frac{K_{n,t} - \sqrt{\rho_t} Y_t}{\sqrt{1 - \rho_t}} \middle| Y_t \right] = \Phi \left(\frac{K_{n,t} - \sqrt{\rho_t} Y_t}{\sqrt{1 - \rho_t}} \right) \quad (12)$$

Если известны вероятности дефолта каждой компании в портфеле в момент времени t , $p_{1,t}, \dots, p_{N,t}$, то последнюю формулу можно переписать с учетом того, что величина $K_{n,t}$ для каждой компании вычисляется: $K_{n,t} = \Phi^{-1}(p_{n,t})$:

$$p_n(Y_t) = \Phi \left(\frac{\Phi^{-1}(p_{n,t}) - \sqrt{\rho_t} Y_t}{\sqrt{1 - \rho_t}} \right) \quad (13)$$

Вероятность $p_n(Y_t)$ в формуле (12) является вероятностью дефолта по концепции PIT, поскольку учитывает текущее состояние экономики, а вероятность $p_{n,t}$ в формуле (9) – вероятность дефолта по концепции TTC.

Перепишем формулу (9) в терминах TTC PD и PIT PD:

$$p_{TTC_{n,t}} = \Phi(K_{n,t})$$

Выразим $K_{n,t}$ из (12):

$$K_{n,t} = \sqrt{\rho_t} Y_t + \sqrt{1 - \rho_t} \Phi^{-1}(p_{PIT_n}(Y_t)) \quad (15)$$

Отсюда вероятность дефолта по концепции ТТС будет равна:

$$p_{TTC_{n,t}} = \Phi(\sqrt{\rho_t}Y_t + \sqrt{1 - \rho_t}\Phi^{-1}(p_{PIT_n}(Y_t))) \quad (16)$$

Таким образом, с помощью формулы (16) выражена зависимость вероятностей дефолта по двум концепциям РИТ и ТТС. Это является итогом данной статьи, который доказывает, что, имея вероятность дефолта, например по концепции РИТ нетрудно получить из нее вероятность дефолта по концепции ТТС и наоборот.

Список используемых источников:

1. Carlehed M., Petrov A. *Methodology for point in time through the-cycle probability of default decomposition in risk classification systems // Journal of risk model validation. Vol. 6. Number 3. P. 3–25.*
2. Bank for International Settlements *An explanatory note on the Basel II IRB risk weight functions. July 2005.*

© 2016, Маслénкова М.В.

Использование концепций РИТ-ТТС при моделировании вероятности дефолта корпоративных заемщиков

© 2016, Maslenkova M.V.

Implementing PIT-TTC approach in a modelling of corporates' probability of default

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.208

Поступила (Received): 20.03.2016

Маськова Н.Г.
**Стратегические приоритеты инновационного
развития Южного Федерального округа**

Maskova N.G.
**Strategic priorities of innovative development
of the Southern Federal District**

Стратегическое управление инновационной деятельностью Южного Федерального округа предполагает развитие агропромышленного, туристического, машиностроительного и металлургического секторов, перерабатывающих производств химического комплекса, нефте- и газодобывающих отраслей, транспортно-логистических комплексов, сферы обслуживания и сервиса, образовательных учреждений, государственных, муниципальных и предпринимательских структур, использованию достижений наукоемких технологий и реализация их на практике. Стратегическое управление предполагает разработку системы долгосрочных целей по инновационной деятельности округа, определение общих задач дальнейшего развития Южного Федерального округа, а также выбор наиболее эффективных путей их достижения

Ключевые слова: стратегия, инновации, социально-экономическое развитие

Маськова Наталья Геннадьевна
Кандидат экономических наук, доцент
Майкопский государственный технологический университет
г. Майкоп, ул. Первомайская, 191

The strategic management of innovative activity of the Southern Federal District assumes development of agro-industrial, tourist, machine-building and metallurgical sectors, processing industries of a chemical complex, oil and gas branches, transport and logistic complexes, services industry and service, educational institutions, the government, municipal and enterprise institutions, to use of achievements of high technologies and their realization in practice. The strategic management assumes development of the system of long-term goals on innovative activity of the district, definition of the general problems of further development of the Southern Federal District, and also the choice of the most effective ways of their achievement

Key words: strategy, innovations, social and economic development

Maskova Natalia Gennadievna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Maykop state technological university
Maykop, Pervomayskaya st., 191

В настоящее время в России происходят кардинальные изменения во всех сферах ее деятельности, в том числе активная деятельность российского правительства по отношению к научно-техническим предприятиям и инновациям, путем проведения научно-технической политики, включая рыночные реформы, основная цель которых – переход к инновационному развитию России.

С другой стороны, осуществление научно-технической политики, рыночных реформ пока не позволяет решить проблему, связанную с эффективным ис-

пользованием достижений науки и техники. Это можно объяснить необходимостью выживаемости в жестких рыночных условиях, наличие конкуренции, что уменьшает возможность эффективно генерировать инновационные идеи и практически их воплощать.

Однако экономическое развитие отечественных научно-технических предприятий на основе инновационной модели является приоритетным направлением экономического роста, путем решения социально-экономических задач и использования инновационных достижений не только отечественными предприятиями, но и использование их во всех сферах деятельности России, а также это позволит усилить конкурентные позиции России на мировом рынке наукоемкой продукции [2].

Кроме того, необходимо отметить, что ни одно современное предприятие не может долго существовать и эффективно развиваться без внесения в свою деятельность каких-либо изменений, то есть инноваций.

Инновационная деятельность любого предприятия – возможность достичь конкурентных преимуществ, путем предложения потребителям новых изделий с улучшенными технико-экономическими параметрами.

Таким образом, повышение стратегических преимуществ отечественных предприятий путем использования инновационных достижений и повышение интенсивности их инновационной деятельности способствует как эффективному развитию отечественных предприятий, так и российской экономики в целом и является актуальной темой на сегодняшний день.

В составе Южного федерального округа шесть субъектов Российской Федерации: Республика Адыгея, Республика Калмыкия, Краснодарский край, Астраханская, Волгоградская и Ростовская области. Численность населения округа по данным Росстата составляет 14042858 чел. (2016 г.). Приоритетными направлениями для развития экономики Южного федерального округа являются агропромышленный, туристско-рекреационный и транспортный, торговый секторы.

Формирование инновационной системы управления экономикой на уровне региона происходит с помощью организации взаимодействия региональных органов власти и государственных, муниципальных и предпринимательских структур и других звеньев системы управления [1].

Развитию инновационной политики в ЮФО содействуют ведущие вузы юга России, такие как формирующейся региональной инновационной системы выступают Кубанский государственный университет, Кубанский государственный технологический университет, Южно-Российский государственный технический университет, Южный федеральный университет, Ростовский государственный университет путей сообщения и другие вузы. Также инновационными исследованиями и разработками занимаются около 220 организаций.

Стратегия социально-экономического развития Южного федерального округа на период до 2020 года определяет следующие направления развития юга России [3]:

– развитие аграрного сектора в Южном федеральном округе, повышение конкурентоспособности агропромышленного сектора, поддержка крупных

производителей, использование современных технологий в области генетики и селекции позволит занять округу главные позиции как поставщику на внутренний и внешний рынок значительного перечня продукции растениеводства, животноводства, рыболовства и рыбоводства;

- формирование конкурентных преимуществ в туризме и рекреации: развитие действующих и организация новых оздоровительных, горнолыжных и приморских курортов с привлечением инфраструктурных государственных инвестиций; строительство и содержание транспортных коммуникаций в зонах курортов для оптимизации пассажиропотока;

- модернизация машиностроительной и металлургической отрасли Южного федерального округа: дальнейшее развитие сельскохозяйственного, энергетического, транспортного машиностроения; реализация проектов по инновациям;

- диверсификация экономики Южного федерального округа, обусловленная развитием высоких технологий в перерабатывающих производствах химического комплекса (нефтегазохимия, производство строительных материалов, фармацевтика и биотехнологии);

- реализация инновационных проектов в нефте- и газодобывающих отраслях на Каспийском шельфе; освоение ресурсов углеводородов Черного моря; строительство экспортного газопровода «Южный поток»;

- разработка действенной инновационной системы на уровне региона, состоящей из научно-инновационного комплекса, федерального университета, инновационных зон и кластеров; превращение региона в базовую единицу общероссийского значения с точки зрения использования инноваций в агропромышленном комплексе, энергетике, рекреации, логистики;

- формирование транспортно-логистических комплексов, кластеров-мультимодальных центров в Волгоградской, Астраханской и Ростовской областях, обеспечивающих транспортно-транзитные преимущества Южного федерального округа;

- обеспечение роста сервисного сектора Южного федерального округа за счет предоставления высокотехнологичных услуг в финансовых, деловых, образовательных областях, организация научных разработок и прикладных исследований развивающихся производств и технологий Ростова-на-Дону, Краснодара, Волгограда;

- формирование и развитие на базе крупных агломераций Южного федерального округа (Ростовской, Волгоградской и Краснодарской) торговых, логистических и финансовых центров общенационального и межрегионального значения.

Среди факторов, которые сдерживают инновационное развитие Юга России можно назвать достаточно высокую степень износа основных и производственных фондов предприятий и недостаточное внедрение современных наукоемких технологий.

Список используемых источников:

1. Зарубин В.И., Чефранов С.Г. Актуальные проблемы управления региональной экономикой // Новые технологии. 2012. Вып. 1. С. 110-114.
2. Зимовец А.В. Мезоинновационные риски как фактор развития региона. Монография. Таганрог: издательство Ступина А.Н., 2009.
3. Стратегия социально-экономического развития Южного Федерального округа на период до 2020 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 сентября 2011 г. № 1538-р.

© 2016, Маськова Н.Г.

Стратегические приоритеты инновационного
развития Южного Федерального округа

© 2016, Maskova N.G.

Strategic priorities of innovative development of the
Southern Federal District

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.212

Поступила (Received): 11.03.2016

Мордовченков Н.В., Кузьмичев С.В., Черnoneбова К.Ю. Развитие регионального маркетинга и перспективы его совершенствования

Mordovchenkov N.V., Kuzmichev S.V., Chernonebova K.Yu.
**Development of regional marketing and the
prospects for its improvement**

Перед большинством субъектов РФ стоит проблема повышения имиджа и инвестиционной привлекательности региона. Не все регионы понимают значимость и необходимость системного продвижения положительной информации о регионе. Актуальность и необходимость работы над маркетингом регионов вызвана обострившейся конкурентной борьбой между регионами за квалифицированную рабочую силу, прибыльные предприятия, привлечение инвестиций в регион

Ключевые слова: регион, инвестиции, маркетинг, прибыль

Мордовченков Николай Васильевич
Доктор экономических наук, профессор
Волжский государственный университет водного транспорта
г. Нижний Новгород, ул. Нестерова, 5

Кузьмичев Станислав Владимирович
Соискатель
Волжский государственный университет водного транспорта
г. Нижний Новгород, ул. Нестерова, 5

Черnoneбова Кристина Юрьевна
Студент
Волжский государственный университет водного транспорта
г. Нижний Новгород, ул. Нестерова, 5

Before the majority of subjects of the Russian Federation is the problem of improving the image and investment attractiveness of the region. Not all regions understand the importance and necessity of the system of promotion of positive information about the region. The urgency and the need to work on the marketing of the region due to heighten competition between regions for skilled labor, profitable businesses, attracting investments to the region

Key words: region, investment, marketing, profit

Mordovchenkov Nikolai Vasilevich
Doctor of Economic Sciences, Professor
Volga state university of water transport
Nizhny Novgorod, Nesterova st., 5

Kuzmichev Stanislav Vladimirovich
Applicant
Volga state university of water transport
Nizhny Novgorod, Nesterova st., 5

Chernonebova Kristina Yuryevna
Student
Volga state university of water transport
Nizhny Novgorod, Nesterova st., 5

В настоящее время перед большинством субъектов РФ стоит проблема повышения имиджа и инвестиционной привлекательности региона. Несмотря на увеличивающиеся расходы регионов на информационный маркетинг, исследований в этой области явно недостаточно. Далеко не все регионы понимают

значимость и необходимость системного продвижения положительной информации о регионе, с целью создания благоприятного отношения к региону и к его выпускаемой продукции. Актуальность и необходимость работы над маркетингом регионов вызвана обострившейся конкурентной борьбой между регионами за квалифицированную рабочую силу, прибыльные предприятия, привлечение инвестиций в регион. В выигрышном положении окажутся те регионы, кто не только обладает востребованными региональными ресурсами, но и способен с выгодой для своего развития воспользоваться ими.

Маркетингу регионов (мезомаркетинг) все больше внимания уделяется в деятельности сотрудников государственных министерств, ведомств и субъектов хозяйствования в содействии хозяйственному развитию. Цель этих организаций состоит в том, чтобы, с одной стороны, привлечь инвесторов и таким образом создать в регионе дополнительные рабочие места, с другой стороны, более рационально «встраивать» в данном регионе имеющиеся предприятия [3, с.404]. Динамика внутреннего развития регионов может иметь положительный тренд (размещение в регионе новых отраслей экономики, растущее предложение рабочих мест, приток инвестиций, жителей и приезжих) и отрицательный тренд (растущие цены на недвижимость). Повышение налогов с целью преодоления имеющихся недостатков в значительной мере снижает привлекательность региона. Региональный маркетинг – это передовая идея, философия, требующая ориентации на потребности целевых групп покупателей услуг региона. Не только отдельно взятая администрация, но и все чиновники, отвечающие за процветание региона должны ориентироваться на потребности населения, или на создание лучших по сравнению с другими регионами конкурентных преимуществ, для пользы рядовых потребителей.

Цели регионального маркетинга включают в себя:

1. Повышение конкурентоспособности предприятий региона;
2. Привлечение в регион новых предприятий и инвесторов;
3. Создание известности и положительного имиджа региона в стране;
4. Создание благоприятной среды для развития малого и среднего бизнеса;
5. Привлечение в регион новых потребителей товаров и услуг региона;
6. Повышение уровня занятости, рост доходов населения и качества жизни, улучшение экологической обстановки и безопасности.

Задача маркетинга региона: привлечение потенциальных покупателей, превращение их в постоянных клиентов и далее в возможных партнеров региона.

Разработка стратегии маркетинга региона включает:

1. анализ внутренней среды, т.е. анализ возможностей и угроз региону с точки зрения перспектив наполнения доходной части бюджета, развитие малого, среднего и крупного бизнеса, инвестиций, занятости;
2. анализ внешней среды – изучение потребностей и предпочтений целевых рынков региона: инвесторов, предпринимателей, туристов, приезжающих людей;
3. анализ конкурентных преимуществ региона в сравнении с другими;
4. разработка путей улучшения конкурентных резервов и возможностей региона.

Привлекательной стратегической особенностью региона может быть низкий уровень стоимости предоставляемых услуг, либо, наоборот, наличие уникальных особенностей региона в соотношении цена-качество.

Стратегические направления маркетинга региона:

Маркетинг имиджа подразумевает создание, развитие и распространение позитивной картины региона уполномоченным рекламным агентством. Имидж может быть позитивным, слабым, негативным, противоречивым. В зависимости от вида имиджа выбираются мероприятия по его улучшению, которые должны проводиться комплексно и иметь продолжительный характер, т.к. имидж трудно создать и изменить. Применяемыми инструментами могут быть слоганы, визуальные символы, акции, проведение выставок, ярмарок, семинаров и конференций. Слоганы и имиджевое позиционирование должны отражать реально сложившийся образ региона, для того, чтобы не было противоречия в сознании потребителей. Примеры: Ростов-на-Дону – ворота Кавказа, Орел – литературная столица России. Для нашего города это Н.Новгород – Волжская столица.

Маркетинг достопримечательностей дополняет маркетинг имиджа. Для маркетинга используются или естественные достопримечательности региона (реки, озера, моря, горы) или историческое наследие (музеи, памятники, храмы), или известные личности, или объекты культуры и отдыха (стадионы, парки, аттракционы, культурные и торговые центры). Примером удачного использования исторических достопримечательностей для развития региона является город Епифань (Тульская обл.), расположенный вблизи от места Куликовской битвы, превращен в музей-заповедник «Куликово поле». В нем все подчиненно воссозданию исторического образа. Чем более индивидуальны и известны достопримечательности, тем лучше. Для Нижегородского региона – это, несомненно, Макарьевская ярмарка [1], [2].

Маркетинг инфраструктуры формирует экономический каркас региона и способствует развитию конкурентных преимуществ регионального бизнеса. Надежное энергоснабжение, фундаментальная наука, хорошее образование, чистая питьевая вода, развитые коммуникации, безопасность на улицах – признаки достаточно поддерживаемой инфраструктуры. Наличие развитой инфраструктуры – основа регионального экономического роста.

4. Обеспечение поддержки со стороны граждан, политической элиты, организаций относится к жителям данного региона, объединениям и союзам граждан, работе с общественностью. Задача заключается в их доброжелательной мотивации по отношению к иногородним жителям, повышении уровня их сплоченности, а также квалификации и образования, чтобы лучше удовлетворять потребности целевых рынков. Недружелюбие к приезжим или отрицательное представление о жителях какого-либо региона может свести к нулю все усилия и достигнутые результаты по другим направлениям маркетинга региона. Иными словами, настроение жителей – это тоже важная часть региона как товарного продукта, IQ сервисного обслуживания.

Так, покупателями услуг региона могут быть физические и юридические лица:

а) градообразующие предприятия, что очень важно для региона, представляющие для него интерес;

б) разовые посетители;

в) криминальные элементы, несущие негативный «вектор», представляющие «интерес» лишь для правоохранительных структур региона с тем, чтобы этого негатива в регионе было как можно меньше.

Крупный целевой рынок покупателей включает в себя четыре сегмента:

1. Приезжие

2. Жители и работающие по найму

3. Отрасли экономики (промышленность, торговля, сфера услуг), инвесторы

4. Внешние рынки

Рынок приезжих складывается из деловых (бизнесменов) и частных посетителей (туристы, друзья, родственники). Каждый посетитель расходует денежные средства на питание, ночлег, покупку товаров и услуг. Эти расходы влияют на доходы населения, с учетом эффекта мультипликатора, на уровень занятости и налоговых поступлений в бюджет. Чем больше число посетителей (продолжительнее время их пребывания) и чем меньше удельные расходы на них, тем больше чистые доходы региона, направляемые в дальнейшем на укрепление валового регионального продукта (ВРП). Поэтому регион направляет свои усилия на привлечение тех посетителей, чьи ежедневные расходы наиболее высоки, а пребывание наиболее продолжительно.

Второй важный целевой рынок представляют жители и работающие по найму. Регионы стремятся или завести дополнительную неквалифицированную рабочую силу, стимулировать рождаемость, или привлечь отдельные категории высокооплачиваемых работников и специалистов. С другой стороны, перенаселенные регионы стремятся, наоборот, к снижению прироста населения, т.к. основной приток населения осуществляется за счет мигрантов.

Третью категорию целевых рынков образуют отрасли экономики и инвесторы. Как правило, все регионы пытаются усилить свой экономический потенциал, чтобы создать для своих жителей рабочие места и получить дополнительные бюджетные доходы. Предпосылкой выступает соответствие территории критериям размещения производительных сил: инвестиционному климату, качеству жизни, доступности, качеству трудовых ресурсов.

Четвертая группа целевых рынков – это отечественные, макрорегиональные и международные рынки, т.е. способность региона производить товары и услуги, необходимые находящимся за его пределами другим территориям, физическим и юридическим лицам. Вывоз важен для обеспечения встречного ввоза нужных и полезных региону товаров. Каждый регион побуждает расположенные на его территории фирмы к возможно более широкому сбыту их продукции, например, продвигая их товарные бренды.

В качестве примера четкой организации работ по маркетинговой деятельности приведем германский опыт.

В частности для маркетинга города Эссена создано специальное ООО Essen Marketing GmBH с главной целью – положительно влиять на восприятие немецкого города предприятиями и физическими лицами, чтобы они охотно и непосредственно вкладывали свой финансовый или интеллектуальный капитал или

оставались в городе, вели в нем бизнес или контактировали с ним из других территорий посредством телекоммуникаций. Основные направления деятельности общества: реклама города (выставки, презентации, фильмы, информация о городе в СМИ и Интернете); привлечение туристов (тур. информация, содержание тур.бюро, проведение конгрессов и совещаний). Каждый приезжий может бесплатно получить в представительстве план города Эссена с городскими данными и информационным ресурсом (статистическими данными); управление отдельными городскими ведомствами и центром города (городской сервис, маркетинг охраны природы, содержание улиц и городских магистралей. Официальные партнеры Эссена обязуются долгосрочно содержать в порядке зеленые насаждения города в обмен на использование их площадей для своей рекламы). Общие задачи по улучшению факторов месторасположения и позиционированию города выполняет общество по стимулированию развития экономики Эссена. Оно занимается: инженерной подготовкой и продажей муниципальных производственных зон; мобилизацией, сдачей в аренду и продажей офисных и торговых площадей; улучшением структуры городской экономики. Эссен становится одним из наиболее привлекательных мест ведения бизнеса в Западной Европе. Эволюция инфраструктуры бизнеса и предпринимательства свидетельствует, что из города угля и стали (город-побратим Н.Новгорода) он превратился в город услуг, торговли и управления, в котором расположены 13 из 100 крупнейших фирм Германии, динамично развивается сфера телекоммуникационной инфраструктуры, имеется вторая по плотности в мире сеть культурных учреждений.

Таким образом выполненный авторами обзор и экспресс анализ резервов и возможностей маркетинга на мезоуровне создает реальные возможности по развитию этого базового элемента рыночной экономики региона с учетом государственного регулирования отдельно взятой территории и размещения на ней эффективного бизнеса и предпринимательства, повышения эффективности социальной инфраструктуры и повышения качества жизни горожан.

Список используемых источников:

1. Богородицкая Н.А. Нижегородская ярмарка. Исторический очерк Нижнего Новгорода. Изд-во Нижегородского Госуниверситета, 1991. 61 с.
2. Филатов Н.Ф., Мордовченков Н.В. Макарьев на Волге. Каменная летопись России. М.: Турист, 1988. 14 с.
3. Шишкин А.В. Концептуальные основы мезомаркетинга // Закономерности и перспективы трансформации общества. Т. 2. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2004. 404 с.

© 2016, Мордовченков Н.В., Кузьмичев С.В.,
Чернонебова К.Ю.

Развитие регионального маркетинга и перспективы
его совершенствования

© 2016, Mordovchenkov N.V., Kuzmichev S.V.,
Chernonebova K.Yu.

Development of regional marketing and the prospects
for its improvement

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.217

Поступила (Received): 18.03.2016

Мухаметзянова Л.Р.
Оценка ошибочной или пропущенной
информации в МСФО

Mukhametzyanova L.R.
Evaluation of incorrect or missing information in IFRS

В статье рассмотрены экономическая сущность понятия «ошибка», виды ошибок (математическая ошибка, ошибка применения учетной политики, мошенничество); определена возможность появления ошибки в процессе признания, оценки, представления или раскрытия элементов финансовой отчетности

Ключевые слова: ошибка, существенность, финансовая отчетность

The article deals with the economic essence of the concept of 'error', types of errors (mathematical error, the error of applying the accounting policies, fraud); The possibility of an error in the recognition, measurement, presentation or disclosure of elements of financial statements

Key words: error, materiality, financial statements

Мухаметзянова Ландыш Ринатовна

Казанский государственный аграрный
университет

г. Казань, ул. К. Маркса, 65

Mukhametzyanova Landysh Rinatovna

Kazan state agrarian university

Kazan, K. Marx st., 65

Советом по МСФО опубликован проект Руководства по применению концепции существенности в отчетности. Руководстве под термином «ложные данные» объединяют ошибки (некорректную цифру, информацию), пропуски (отсутствие раскрытия цифры, информацию по событию/статье) и прочую ложную уверенность (двусмысленность, неясность представления информации, сокрытие значительной информации). Ложные данные являются существенными, если совместно с другими или в отдельности они, смогут оказать влияние на решения пользователей. Организация должна оценить ложные данные на их существенность для данной финансовой отчетности, включая ложные данные в сравниваемой информации, которая представлена за предыдущие периоды. Ошибки – это разновидности ложных данных, возникающие вследствие невозможности применять или ошибочного применения надежной информации, которая: была доступной, когда финансовую отчетность за анализируемые периоды авторизировали для выпуска; и/или могла быть приобретена и принята во внимание в процессе подготовки и представления отчетности. К ошибкам относят математическую ошибку, ошибку применения учетной политики, мошенничество.

Не для всех показателей отчетности характерна точность оценки. Отдельные показатели носят оценочный характер (оценка справедливой стоимости,

резервы). Поскольку оценке присуща неопределенность, становится сложнее ее идентифицировать и оценить. В связи с этим в финансовой отчетности следует произвести раскрытие о субъективности, которая присуща признанию и оценке этих статей [1-5]. В не зависимости от того, является ли требуемая корректировка исправлением ошибки или изменением в оценке, в процессе анализа необходимо применять руководство в МСФО (IAS) 8.

Ошибки могут появиться в процессе признания, оценки, представления или раскрытия элементов финансовой отчетности. Финансовая отчетность признается как не соответствующая международным стандартам, если в ней содержатся несущественные и существенные ошибки, которые совершены для достижения установленного представления финансового положения организации, движения денежных средств и финансовых результатов [6-9]. Вероятные ошибки текущего периода, которые обнаружены в том же периоде, подлежат корректировке до утверждения финансовой отчетности к выпуску.

Вместе с тем возникают ситуации, когда необнаруженными до следующих периодов остаются существенные ошибки [10-15]. В этом случае ошибки предыдущих периодов подлежат корректировке в сравнительной информации, которая представлена в финансовой отчетности за аналогичный последующий период. Существенные ошибки предыдущих периодов организация должна корректировать ретроспективно в первом пакете финансовой отчетности, которая утверждена к выпуску, после их обнаружения, используя пересчет сравнительных показателей за представленный предыдущий период, в котором допустили ошибку или же в том случае, если ошибку допустили до самого раннего из представленных периодов, то необходимо пересчитать начальное сальдо активов, обязательств и капитала за самый ранний из представленных периодов [16-19].

Все существенные ложные данные необходимо исправить до публикации отчетности в независимости от расходов на их исправление. Несущественные ложные данные, которые не подлежат исправлению из-за необоснованности расходов, необходимо проанализировать на предмет их влияния на отчетность, а именно становятся ли суммы, подsumмы или индивидуальные статьи отчетности некорректными на существенную величину. В этом случае часть ложных данных подлежит исправлению, пока их совокупное влияние на отчетность не станет несущественным.

Список используемых источников:

1. Закирова А.Р. МСФО – Основа построения системы управленческого учета // *Современные аспекты экономики*. 2011. № 9 (169). С. 95-98.
2. Закирова А.Р. МСФО 41 «Сельское хозяйство»: особенности учета // *Вестник Казанского государственного аграрного университета*. 2011. Т. 6. № 1 (19). С. 30-34.
3. Закирова А.Р. Международные стандарты финансовой отчетности: базовые принципы и тенденции // *Вестник Казанского ГАУ*. 2010. № 3(17). С. 27-31.
4. Закирова А.Р., Ечина А.Р. Применение основных положений МСФО 7 при ведении управленческого учета // *Современные тенденции в образовании и науке*. Тамбов, 2013. С. 43-44.
5. Закирова А.Р., Мухаметзянова А.М. Особенности учета дебиторской задолженности по МСФО // *Актуальные вопросы образования и науки*. 2014. С. 44-45.

6. Закирова А.Р., Харисова Р.Г. Роль интегрированной отчетности в системе управления сельскохозяйственной организацией // *Наука и образование в XXI веке*. 2014. С. 80-81.
7. Закирова А.Р., Харисова Р.Г. Проблема достоверности доказательств в аудите // *Современные тенденции в образовании и науке*. Тамбов, 2014. С. 44-45.
8. Клычова Г.С., Закирова А.Р. Развитие бухгалтерского учета в сельскохозяйственных организациях в условиях вступления в ВТО // *Вопросы экономики и права*. 2013. № 57. С. 144-149.
9. Клычова Г.С., Нуриева Р.И. Адаптация МСФО (IAS) 20 «Учет государственных субсидий и раскрытие информации о государственной помощи» в целях применения в отечественной учетной практике // *Международный бухгалтерский учет*. 2015. № 4 (346). С. 16-28.
10. Клычова Г.С., Закирова А.Р. Перспективы применения международных стандартов финансовой отчетности в России // *Научный альманах*. 2015. № 6 (8). С. 21-28.
11. Клычова Г.С., Закирова А.Р., Клычова А.С. Организация учета в пушном звероводстве согласно МСФО // *Вестник Казанского государственного аграрного университета*. 2012. Т. 7. № 4 (26). С. 42-46.
12. Клычова Г.С., Закирова А.Р., Камилова Э.Р. Развитие бухгалтерского учета социальных инициатив в сельскохозяйственных организациях // *Вестник Казанского государственного аграрного университета*. 2015. Т.10. № 1. С. 25-29.
13. Клычова Г.С., Цыганова Т.Б. Методологические аспекты оценки объектов интеллектуальной собственности в соответствии с МСФО и РСБУ // *Вестник Казанского государственного аграрного университета*. 2010. № 3(17). С. 32-35.
14. Клычова Г.С., Фахретдинова Э.Н. Особенности формирования учетной информации на предприятиях малого и среднего бизнеса в аграрном секторе // *Вестник Казанского государственного аграрного университета*. 2009. Т. 4. № 4 (14). С. 44-46.
15. Клычова Г.С., Залалтдинов М.М., Зяббаров М.А. Учет финансовых результатов сельскохозяйственных организаций в соответствии с МСФО. Казань, 2005.
16. Клычова А.С., Денисова Р.А. Основные аспекты внедрения МСФО в России // *Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем*. Уфа, 2015. С. 213-215.
17. Мавлиева Л.М. Бухгалтерская финансовая отчетность в АПК // *Вестник Казанского государственного аграрного университета*. 2015. Т.10. № 1. С. 30-33.
18. Фахретдинова Э.Н., Гильмуллина А.М. Требования МСФО к качеству финансовой отчетности // *Актуальные вопросы образования и науки*. 2014. С. 152-154.
19. Klychova G.S., Mavlieva L.M., Klychova A.S., Kulikova L.I. Organization of accounting in fur farming according to IAS // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2014. Vol. 5. № 24. P. 84-90.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.220

Поступила (Received): 24.03.2016

Мухаметзянова Л.Р.
Отдельные вопросы учета и контроля расходов,
связанных со служебной командировкой

Mukhametzyanova L.R.
Single issues of accounting and control
of expenses related to official business

В статье рассмотрены актуальные вопросы учета и контроля расходов, связанных со служебной командировкой. В частности изучены размеры и порядок возмещения командировочных расходов, особенности налогообложения компенсационных выплат работнику сверх норм, которые установлены законодательством

Ключевые слова: учет, контроль, налогообложение, командировочные расходы, подотчетные суммы

The article deals with current issues of accounting and control of expenses related to official business. In particular, we studied the size and procedure for reimbursement of travel expenses, especially taxation of compensation payments to the employee in excess of the norms established by the legislation

Key words: accounting, controlling, tax, travel expenses, petty cash

Мухаметзянова Ландыш Ринатовна
Казанский государственный аграрный университет
г. Казань, ул. К. Маркса, 65

Mukhametzyanova Landysh Rinatovna
Kazan state agrarian university
Kazan, K. Marx st., 65

Служебная командировка представляет собой поездку работника по распоряжению руководителя на установленный срок с целью выполнения служебных поручений вне места постоянной работы. Направляя работника в командировку, работодатель гарантирует возмещение расходов, которые связаны с командировкой, в том числе суточные (затраты на проживание вне места постоянного жительства). Размеры и порядок возмещения командировочных расходов установлены в коллективном договоре или в локальных нормативных актах [6, 11-14].

При направлении работника в заграничную командировку дату пересечения Государственной границы РФ включают в дни, за которые выплата суточных осуществляется в иностранной валюте, а при возврате из командировки дату пересечения Государственной границы РФ включают в дни, за которые выплата суточных осуществляется в рублях. Дату пересечения государственной границы определяют по отметкам в паспорте.

При направлении работника в командировку ему выдают денежный аванс для оплаты командировочных расходов в иностранной валюте. Работник

обязан в течение трех дней по возвращении из командировки представить работодателю авансовый отчет о суммах, израсходованных в командировке, и окончательно рассчитаться по выданному ему на командировочные расходы авансу [1-4, 7]. Выдачу наличных денег под отчет из кассы на расходы, которые связаны с деятельностью организации, осуществляют на основании заявления подотчетного лица по расходному кассовому ордеру. Заявление должно содержать запись о сумме наличных денег и сроке, на который выданы наличные деньги, личную подпись руководителя и дату Проверку авансового отчета, утверждение его руководителем и расчет по авансовому отчету осуществляют в срок, который установлен руководителем [5, 8-10].

Компенсационные выплаты работнику, которые связаны с выполнением им трудовых обязанностей, в пределах норм, которые установлены законодательством, НДФЛ не облагаются. Расходы на заграничную командировку в доход, который подлежит налогообложению, не включают суточные в размере, не превышающем 2500 рублей за каждый день нахождения в командировке. Доход физического лица, выраженный в иностранной валюте, пересчитывается в рубли по курсу Банка России, который устанавливается на дату фактического получения указанных доходов. Определение дохода, подлежащего налогообложению, с учетом положений п. 3 ст. 217 НК РФ производится организацией в момент утверждения авансового отчета работника. Это связано с тем, что до момента утверждения авансового отчета вся сумма выданных работнику средств представляет собой задолженность работника перед организацией, т.е. не может считаться доходом работника в силу ст. 41 НК РФ. В соответствии с Инструкцией по применению Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций, утвержденной Приказом Минфина России от 31.10.2000 N 94н, расчеты с работником по суммам, выданным под отчет, отражаются на счете 71 "Расчеты с подотчетными лицами". Следовательно, на дату выдачи работнику денежных средств из кассы организации производится бухгалтерская запись по дебету счета 71 и кредиту счета 50 "Касса", субсчет 50-1 "Касса организации", субсчет второго порядка 50-1-2 "Касса организации в евро". Затраты организации, связанные со служебными командировками работников, которые осуществляются в рамках основной производственной деятельности организации [15-21], учитываются в составе расходов по обычным видам деятельности на дату утверждения авансового отчета руководителем организации. Таким образом, сумма расходов (суточных), произведенных работником в командировке, указанная в авансовом отчете, отражается в данном случае по дебету счета 20 "Основное производство" и кредиту счета 71.

Список используемых источников:

1. Клычова Г.С., Леонтьева Ж.Г., Закирова А.Р., Клычова А.С., Заугарова Е.В. Аудит. Т. 1. Казань, 2014.
2. Клычова Г.С., Леонтьева Ж.Г., Закирова А.Р., Клычова А.С., Заугарова Е.В. Аудит Т. 2. Казань. 2014. 491 с.
3. Закирова А.Р. Аудит управленческого учета в сельскохозяйственных организациях // Вестник Казанского государственного финансово-экономического института. 2007. № 3. С. 28-30.
4. Закирова А.Р. Организация системы внутреннего контроля в сельскохозяйственных предприятиях // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2010. № 3.2. С. 52-55.

5. Закирова А.Р. Развитие систем и инструментов управленческого учета в сельскохозяйственных организациях // Вестник Казанского ГАУ. 2010. № 4(18). С. 28-31.
6. Закирова А.Р., Мухаметзянова А.М. Аудит дебиторской задолженности в сельскохозяйственных организациях // Современные тенденции в образовании и науке. Тамбов, 2014. С. 43-44.
7. Закирова А.Р., Мухаметшина Э.А. Основные этапы аудита материально-производственных запасов // Наука и образование в XXI веке. 2014. С. 78-80.
8. Закирова А.Р., Харисова Р.Г. Проблема достоверности доказательств в аудите // Современные тенденции в образовании и науке. Тамбов, 2014. С. 44-45.
9. Закирова А.Р., Хузиева А.Р. Особенности управленческого аудита инвестиционной деятельности // Современные аспекты экономики. 2014. № 9 (205). С. 46-48.
10. Камилова Э.Р., Харисова Р.Г. Использование работы эксперта в процессе аудиторской проверки // Роль науки в развитии общества. Уфа, 2015. С. 110-112.
11. Клычова Г.С. Методика аудита материально-технического обеспечения предприятия // Инновационное развитие экономики. 2011. № 5. С. 82-87.
12. Клычова Г.С., Закирова А.Р. Методика формирования внутренней управленческой отчетности в сельскохозяйственной организации // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2011. № 1(19). С. 44-48.
13. Клычова Г.С., Закирова А.Р., Клычова А.С. Управленческий учет земель сельскохозяйственного назначения и внутренняя отчетность об их использовании // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2013. Т. 8. № 4 (30). С. 15-21.
14. Клычова Г.С., Закирова А.Р. Развитие бухгалтерского учета в сельскохозяйственных организациях в условиях вступления в ВТО // Вопросы экономики и права. 2013. № 57. С. 144-149.
15. Клычова Г.С., Клычова А.С. Аудит бизнес-процессов предприятий аграрной сферы экономики // Научный альманах. 2015. № 7 (9). С. 108-112.
16. Клычова Г.С., Закирова А.Р. Совершенствование системы внутреннего контроля сельскохозяйственных организаций в условиях вступления в ВТО // Бухучет в сельском хозяйстве. 2013. № 11. С. 35-39.
17. Клычова Г.С., Закирова А.Р. Особенности оформления результатов управленческого аудита // Наука и образование в жизни современного общества. 2015. С. 81-83.
18. Клычова Г.С., Мавлеева Л.М. Необходимость применения скоринга в системе сельскохозяйственной кредитной потребительской кооперации // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2010. Т.5. №4(18). С. 45-47.
19. Мавлеева Л.М. Бухгалтерская финансовая отчетность в АПК // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2015. Т. 10. № 1. С. 30-33.
20. Матвеева К.А., Мустафина З.К. Роль завершающих стадий в формировании конечных результатов деятельности сельскохозяйственной организации // Наука третьего тысячелетия. Уфа, 2016. С. 107-109.
21. Фахретдинова Э.Н. Бухгалтерская отчетность субъектов малого и среднего предпринимательства как основа информационного обеспечения механизма управления // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2010. № 4. С. 427-431.

© 2016, Мухаметзянова Л.Р.

Отдельные вопросы учета и контроля расходов,
связанных со служебной командировкой

© 2016, Mukhametzyanova L.R.

Single issues of accounting and control of expenses
related to official business

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.223

Поступила (Received): 29.03.2016

Назаров В.В.
Сущность и основные подходы к определению
понятия «конкурентоспособность»

Nazarov V.V.
The essence and main approaches to
the definition of "competitiveness"

В статье анализируются подходы к определению понятия «конкурентоспособность». Формирование конкурентоспособности определяется потенциальными возможностями организации, условиями реализации стратегических направлений развития, использованием эффективных методов управления конкурентоспособностью. В настоящее время проблемы теории и практики управления конкурентоспособностью организации приобретают большое значение

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, маркетинг

The article analyzes approaches to the definition of "competitiveness". The formation of competitiveness is determined by the potential of the organization to the realization of strategic directions of development, using effective methods of competitiveness management. Currently the theory and practice of management competitiveness of the organization become important

Key words: competition, competitiveness, marketing

Назаров Владilen Викторович

Кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой

Балашовский институт (филиал СНИГУ им. Н.Г. Чернышевского)

г. Балашов, ул. Карла Маркса, 29

Nazarov Vladilen Viktorovich

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Head of Department

Balashov institute (branch of SSU named N.G. Chernyshevsky)

Balashov, Karla Marksa st., 29

В нашей стране осуществляется реформирование экономики и развитие рыночных условий хозяйствования. Это требует поиска принципиально новых подходов к организации и управлению производством. В условиях постоянных изменений на рынке, усиления конкуренции объективный анализ положения организации, ее конкурентных преимуществ, выявление слабых сторон помогают в принятии управленческих решений, направленных на повышение конкурентоспособности организации [3, с.146].

В условиях рыночной экономики критерием устойчивости организации выступает конкурентоспособность, анализ, оценка и прогнозирование которой становится объективной необходимостью, так как в современной конкурентной борьбе побеждает тот, кто объективно оценивает свои конкурентные позиции.

В рыночной экономике смогут функционировать только те организации, которые способны гибко маневрировать и использовать передовые механизмы управления. Одной из важнейших становится задача оценки уровня конкурентоспособности организации, а также разработка мероприятий, позволяющих ей управлять.

Управление и планирование хозяйственной деятельности организации, основанные на базе анализа конкурентоспособности, позволяет повысить ее устойчивость, конкурентные преимущества и результаты хозяйственной деятельности, гибкость и выживаемость, как на внутренних, так и на внешних рынках [4, с. 95].

Понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность» занимают центральное место в современной науке. Конкуренция – это процесс борьбы между субъектами рыночных отношений за потребителей своей продукции. Этот процесс зависит во многом от структуры рынка. Если имеется множество мелких игроков, барьеры входа на рынок невелики и все участники в равной степени обладают необходимой информацией, то мы наблюдаем проявление совершенной конкуренции. Если же имеется лишь несколько крупных компаний, конкурирующих на рынке, то налицо олигополистическая конкуренция. Два указанных вида конкуренции имеют серьезные отличия. Если в условиях совершенной конкуренции многое зависит от качества продукции и эффективности ее сбыта, то в условиях олигополии основными инструментами конкуренции выступают сговор, выстраивание барьеров входа, ограничение доступа к информации и др. В мировой и национальной экономике чаще встречаются случаи олигополистической конкуренции. Именно этот вид конкуренции становится преобладающим.

Понятие «конкурентоспособность» в процессе развития мировой экономики, наполнения рынка, усиления конкуренции между производителями товаров и услуг, стало ключевым наряду с понятием «эффективность», а проблема достижения конкурентных преимуществ – одной из основополагающих в деловой, управленческой, экономической и политической жизни.

Проблемам повышения конкурентоспособности уделяли пристальное внимание основоположники экономической науки: А. Смит, К. Маркс, Ф. Энгельс, Дж. Кейнс и др. [1, с.27-28]

Одним из первых в экономической науке обратил пристальное внимание на проблемы конкуренции шотландский экономист, основоположник классической политэкономии А. Смит (1723-1790). В его исследованиях конкуренция рассматривается как конкуренция цены и качества, т.е. в основных и простейших ее формах. Конкурентоспособность, по А. Смиту, – это, прежде всего, способность производить тот или иной товар с наименьшими издержками и предлагать его на рынке по наименьшей цене.

Дальнейшее исследование конкуренции и конкурентных преимуществ получило развитие в трудах английского экономиста, автора теории трудовой стоимости Д. Рикардо (1772-1823). Его интересовал международный аспект конкурентных преимуществ. Предметом его исследований были условия, при которых была выгодна международная торговля. Основным выводом Д. Рикардо

было то, что к необходимости ведения международной торговли приводят не преимущества в условиях производства, а относительное соотношение издержек производства товаров внутри стран.

Большой вклад в исследование конкурентоспособности внесли Т. Питерс и Р. Уотермен, которые тщательно изучали опыт ведущих компаний. Развитию теоретических основ конкурентоспособности посвящены также работы Дж. Грейсона и К. О'Делла («Американский менеджмент на пороге XX века»).

В современной экономике конкурентоспособность стала одним из ключевых понятий, определяющих успешность хозяйствующего субъекта на рынке. Однако современная экономическая наука не дала исчерпывающего определения понятию «конкурентоспособность».

В российскую экономическую науку понятие «конкурентоспособность» вошло благодаря развитию рыночных отношений, заменив понятие «социалистическое соревнование», используемое в плановой экономике для описания процесса конкурентной борьбы.

Исследованию категории «конкурентоспособность» посвящены работы современных российских экономистов Г.Н. Бобровникова, М.Г. Долинской, Н.А. Соловьева, В.Я. Маштабей, Л.А. Желудковой, Р. Уотермана, В.М. Мишина, А.В. Кочеткова и других [2, с.74].

В настоящее время понятие «конкурентоспособность» чаще всего используется в системе маркетинга, как сфере деятельности, направленной на достижение конкурентных преимуществ. Из зарубежных авторов к классикам данного направления можно отнести, прежде всего, П. Дракера, Ф. Котлера, Дж. Эванса, и Б. Бермана. Российскую научную школу в настоящее время представляют Г.Г. Абрамишвили, И.Н. Герчикова, Е.Н. Голубкова, В.Д. Секерина, Н.Е. Капустина, А.Н. Яровикова и др.

В последние годы экономическая наука достигла серьезных успехов в изучении проблем конкурентных преимуществ. В этой связи необходимо отметить профессора Гарвардского университета М. Портера. Он является родоначальником современной теории конкуренции и конкурентоспособности. Ученый заложил основы многих современных представлений о сущности конкуренции и конкурентоспособности.

Таким образом, проблемы конкуренции и повышения конкурентоспособности привлекают внимание многих отечественных и зарубежных исследователей. Несмотря на обилие работ, тема по-прежнему сохраняет свою актуальность. Поиск путей развития экономики, расширение международных контактов, глобализация экономических процессов заставляют по-новому взглянуть на знакомые научные категории и требуют более детального их изучения.

Список используемых источников:

1. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. М.: Эксмо, 2005. 544 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Концепция новой теории управления конкурентоспособностью и конкуренцией // Современная конкуренция. 2007. №1. С. 73-86.
3. Чернова И.В. Управление конкурентоспособностью предприятия // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2014. №15. С. 146-149.

4. Юшков О.А., Маркова Е.А. Конкурентоспособность предприятия // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. 2013. №11. С. 94-99.

© 2016, Назаров В.В.

Сущность и основные подходы к определению понятия «конкурентоспособность»

© 2016, Nazarov V.V.

The essence and main approaches to the definition of "competitiveness"

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.227

Поступила (Received): 24.03.2016

Нашев А.М.
Особенности национализации в отраслях
нефтегазового комплекса

Nashev A.M.
Features nationalization industries oil and gas sector

В статье рассматриваются основные теоретические положения о сущности процессов национализации. Проанализированы ее квалифицирующие признаки и раскрыты главные причины приватизации на примере компаний нефтегазового комплекса

Ключевые слова: национализация, нефтегазовый комплекс, топливно-энергетический комплекс, приватизация, газ, нефть

In the article the basic theoretical propositions about the nature of the nationalization process. Analyzed its qualifying elements and revealed the main reasons for the example of the privatization of oil and gas companies

Key words: nationalization, oil and gas complex, fuel – energy complex, privatization, gas, oil

Нашев Азамат Мухарбиевич

Начальник ГЦиБ

Газпром газораспределение Черкесск
г. Черкесск, ул. Кавказская, 126

Nashev Azamat Mukharbievich

Head Pricing & Budgeting Group

Gazprom gas distribution Cherkessk
Cherkessk, Kavkazskaya st., 126

В экономике существуют две формы собственности: государственная и частная. В практике хозяйственной деятельности нередко возникают ситуации перехода собственности из одной группы в другую. Изменение формы собственности возможно за счет приватизации или национализации.

Национализация – это переход из частной собственности в собственность государства земли, промышленности, транспорта, связи, банков и т.д. Национализация имеет различное социально-экономическое и политическое содержание в зависимости от того, кем, в интересах какого класса и в какую историческую эпоху она проводится.

Можно рассматривать национализацию и в другом контексте – как процесс, совокупность фактических и юридических актов, основанных на специальных законах, направленных на ограничение прав и свобод лиц государством в сфере экономической деятельности в той мере, в какой это необходимо в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения обороны страны и безопасности государства [1, с. 208].

Национализация обычно проводится на основании специального акта компетентного государственного органа и затрагивает преимущественно отрасли и производства, требующие больших и долгосрочных вложений, либо

наиболее пострадавшие от мирового кризиса и ставшие нерентабельными, предприятия в которых находятся под угрозой закрытия. К широкой практике национализации отдельных производств или отраслей промышленности прибегли многие европейские государства после второй мировой войны. Эта мера используется и в настоящее время.

Национализация также может быть направлена на обеспечение инновационного развития и рост промышленного сектора в экономике. В определенных условиях национализация может принимать форму деприватизации, в таком случае в государственную собственность переходит имущество, которое было приватизировано ранее. Чаще всего такая мера применяется в стратегических сферах экономики.

Существует несколько классифицирующих признаков форм приватизации:

- 1) По степени добровольности
 - добровольная
 - принудительная
- 2) По степени возмещаемости
 - возмещаемая
 - невозмещаемая

Принудительная национализация осуществляется на основе волеизъявления государственных органов и по их инициативе. В данном случае процесс не предполагает обязательного согласия собственника имущества на его изъятие. Национализация в подобной форме чаще всего ассоциируется с хищением или захватом собственности, хотя может осуществляться и на компенсационной основе. Добровольная национализация происходит по инициативе самих физических и юридических лиц, которые в силу каких-то обстоятельств готовы продать свое имущество государству.

В процессе национализации стоимость имущества может возмещаться или не возмещаться собственнику. В случае проведения возмещаемой национализации собственнику выплачивается сумма денежных средств согласно принципу равноценного возмещения. При этом в случае, если большинство исследователей склоняются к тому, что в случае национализации имущества, созданного за счет собственника, ему должна полностью компенсироваться стоимость имущества в соответствии с его рыночной оценкой [2, с. 319]. В случае же проведения национализации ранее приватизированного имущества или имущества, выкупаемого у собственника-банкрота, оценка суммы возмещения должна проводиться с учетом различных факторов, таких как:

- законность предшествующей приватизации;
- равноценность сумм рыночной и приватизационной стоимостей имущества (характерно для ситуации с приватизацией в России в 90-е годы, когда государственное имущество продавалось по заведомо заниженным ценам);
- сумма реальных сумм, затраченных собственником после приватизации или в процессе деятельности до банкротства (с учетом инфляции и ранее уплаченных за приватизацию сумм) и т.д.

Невозмещаемая приватизация чаще всего проводится в таких случаях, как форс-мажорные обстоятельства либо введение в стране военного положения. В случаях несогласия собственника с размером возмещения, вопрос решается в судебном порядке, определяемом законодательством конкретной страны.

Национализация имущества может осуществляться следующими методами:

- Экспроприация
- Частичный или полный выкуп как вновь созданного, так и ранее приватизированного имущества.
- Обмен имущества на государственные инвестиции;
- Конвертация задолженности хозяйствующего субъекта перед бюджетом в собственность государства;
- Возврат приватизированного объекта в государственную собственность через процедуры банкротства;
- Отмена итогов приватизации объектов.

Национализация в форме экспроприации представляет собой принудительное отчуждение имущества частных собственников в интересах общества. Различаются два вида экспроприации: безвозмездная – конфискация и оплачиваемая – реквизиция [3, с. 42-46].

Частичный или полный выкуп имущества активно практикуется правительствами большинства стран мира. При этом для реализации национализации в данном формате чаще всего не нужны дополнительные нормативно-правовые акты, регулирующие вопросы в сфере национализации/приватизации, поскольку процесс осуществляется на основании договоров купли-продажи.

Обмен имущества на государственные инвестиции и конвертация задолженности хозяйствующего субъекта перед бюджетом в собственность государства являются вариантами возмещаемой национализации в безденежной форме. Реализуется в секторах экономики, в поддержании и развитии которых заинтересовано государство в целях предотвращения банкротства либо обеспечения долгосрочного развития.

Возврат приватизированного объекта в государственную собственность через процедуры банкротства также является вариантом возмещаемой национализации в денежной форме, практикуемой в случаях, когда государство заинтересовано в деятельности компаний без прекращения производства. Примером таких компаний могут служить предприятия оборонного сектора, ЖКХ, газо- водо-, энергообеспечения и т.д.

Отмена итогов приватизации как вариант национализации практикуется в случаях, если доказана незаконность приватизации либо имеются сведения о том, что сумма приватизируемого имущества была специально занижена. Во всех остальных случаях отмена итогов приватизации запрещена законом в большинстве развитых стран мира (за исключением форс-мажорных обстоятельств и иных обстоятельств, оговоренных в нормативно-правовых актах государства).

У ряда стран – крупнейших экспортеров и производителей энергетических ресурсов имеются две основные причины для заинтересованности в национализации компаний топливно-энергетического сектора, а именно – пополняемость

бюджета страны за счет доходов от торговли энергетическими ресурсами и препятствование утечке природоресурсной ренты за рубеж.

По этим причинам национализация ведется практически во всех переделах ТЭК: в добыче нефти и газа, нефте- и газопереработка, нефте- и газохимия, производство и распределение электроэнергии, а также добыча и обогащение угля.

Национализация ведется в различных странах мира: как развитых, так и развивающихся. Первым примером национализации в сфере ТЭК стала конфискация предприятий нефтяной промышленности в Советском Союзе. Следующим историческим примером стала национализация нефтяной компании «Пемекс» в Мексике, которая превратила страну в 5-го по величине экспортера нефти.

Пик национализационных процессов отрасли ТЭК пришелся на 1970-1980 гг., когда были национализированы такие компании как «Кувейт Петролеум Корп» (нефтедобыча, 1975 г., Кувейт), «Petroleos de Republic Venezuela SA» (нефтедобыча, 1976 г., Венесуэла), «Feba» (нефтехимия, электроэнергетика, 1976 г., Германия), «CNPC» (нефтедобыча и нефтепереработка, 1988 г., Китай) и др.

Следующий виток национализации приходится на 2000-е годы и связан в первую очередь с желанием получить контроль над прибыльной отраслью в свои руки. В этот период национализируются такие компании, как «Sinores» (нефтехимия и нефтедобыча, 2001 г., КНР), «YPF» (нефтедобыча, 2012 г., Аргентина), «Empresa Petrolera Chaco» (нефтехимия, нефтепереработка, добыча, 2009 г., Боливия), «Electricidad de Caracas» (электроэнергетика, 2007 г., Венесуэла), ЮКОС (нефтедобыча, нефтепереработка, 2006 г., Россия).

Помимо этого активно ведутся попытки частичной приватизации компаний путем перекупки активов зарубежных компаний, например, покупка руководством Венесуэлы в 2007 году активов компании «Еххон», в 2010 г. руководством Эквадора активов компаний «Noble Energy» и «Petrobras».

Таким образом, национализацию можно определить как установленную законом процедуру обращения имущества, находящегося в частной собственности граждан и юридических лиц, в собственность государства в целях защиты основ конституционного строя, прав и законных интересов других лиц и обеспечение безопасности страны.

Список используемых источников:

1. Дорофеева Ю.А. Национализация: вопросы международного частного права. Автореферат. Самара, 2000. С. 208.
2. Савченко П.В. Национальная экономика // Экономистъ. Москва, 2005. С. 319.
3. Губин Е.П. Национализация как инструмент государственного регулирования рыночной экономики // Российский судья. 2005. №2. С. 42-46.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.231

Поступила (Received): 31.03.2016

Новожилова И.С.
История становления и развития
института страхования в России

Novozhilova I.S.
History of formation and development of
the insurance institute in Russia

В данной статье освещается история развития института страхования в России.

Прослеживаются основные этапы становления государственного страхования, начиная с XVIII столетия. Большое внимание уделяется декретам СНК, законодательным актам советского периода и постсоветского времени. Также намечаются перспективы развития российского страхования на современном этапе

Ключевые слова: страхование, декрет, Госстрах, договор

This article highlights the history of the insurance institute in Russia. Traced the main stages of the formation of public security, from the XVIII century. Much attention is paid SNK decrees, legislative acts of the Soviet and post-Soviet period of time. Also outlined the prospects for the development of the Russian insurance at the present stage

Key words: insurance decree, state insurance contract

Новожилова Ирина Сергеевна

Студент

Ишимский педагогический институт им. П.П.

Ершова (филиал ТГУ)

г. Ишим, ул. Ленина, 1

Novozhilova Irina Sergeevna

Student

Ishim pedagogical institute named P.P. Ershov

(branch of TSU)

Ishim, Lenin st., 1

Страхование является одной из древнейших категорий общественных отношений. Зародившись в период разложения первобытнообщинного строя, оно постепенно стало неременным спутником общественного производства.

Многовековая история страхования доказала, что оно является положительным фактором воздействия на экономику страны и этим объясняется актуальность обращения к данной теме.

В России институт страхования возник в конце XVIII века, когда впервые Екатерина в 1786 году обязала Государственный Заемный банк осуществлять страхование каменных домов, которые состояли в залоге в данном банке.

По решению Государственного Совета в 1826 году была создана специальная комиссия, основу которой составляли видные общественные деятели. Благодаря деятельности этой комиссии было создано первое акционерное страховое общество, – «Российское страховое от огня общество».

Благодаря достигнутым успехам первого общества в 1835 году появилась новая отрасль страхования, связанная со страхованием жизни и пожизненных

доходов. Страховое общество, которое занималось этими видами страхования, получило название «Жизнь».

К концу 19 века в России появилось большое количество страховых организаций, некоторые из них: «Русское Страховое от огня Общество», «Московское Страховое от огня Общество», «Варшавское Страховое от огня Общество», «Северное», «Надежда», «Заботливость».

К страховому делу было приложены экономическая, юридическая и техническая науки, они получили блестящее развитие. Великие математики, юристы, экономисты и инженеры работали над созданием научных методов страхования и благодаря их трудам в России появились первые страховые журналы: «Страховой сборник», «Страховые ведомости», «Страховое обозрение».

Первым законодательным актом о страховании стал принятый 23 марта 1918 года декрет (СНК) РСФСР «Об учреждении государственного контроля над всеми видами страхования, кроме социального».

В 1918 году был принят декрет СНК «Об организации страхового дела в Российской республике», в котором страхование объявили государственной монополией. Все негосударственные страховые организации подлежали ликвидации.

Однако уже к 1921 году стали налаживаться экономические отношения между городом и деревней, стало развиваться денежное и кредитное обращение, что привело к необходимости восстановления института страхования.

Крестьянству были необходимы виды страхования, широко распространенные в дореволюционной России, в частности, страхование от огня и падежа скота.

6 октября 1921 года был принят декрет СНК «О государственном имущественном страховании», этот декрет вернул прежнее страхование и расширил его сферу. В этом же году созданы Главное управление государственного страхования и страховые органы на местах.

6 июля 1922 года СНК принял постановление, по которому Госстраху предоставлялось право добровольного проведения страхования жизни и страхования от несчастных случаев. Было введено обязательное страхование имущества и кооперативных организаций [1, с. 95].

В 60-70-е годы появились: страхование к бракосочетанию, страхование детей, новые правила страхования домашнего имущества и транспортных средств.

В 1968 году была введена безналичная форма уплаты страховых взносов через бухгалтерии предприятий и организаций, что привело к быстрому развитию операций по личному страхованию граждан. В 1975 году в России действовало 68 миллионов договоров личного страхования.

В конце 80-х годов Госстрахом были разработаны и введены новые виды страхования: страхование школьников, страхование антиквариата и изделий из драгоценных металлов и камней, страхование имущества арендных и фермерских хозяйств.

После распада СССР Российская Федерация начинает строить новое демократическое государство. 10 февраля 1992 года выходит постановление правительства России №76 об образовании ОАО «Российская государственная страховая компания» на базе Правления Госстраха РФ [3].

Росгосстрах становится правопреемником Госстраха РФ. На сегодняшний день компания насчитывает более 4000 агентств, а общее количество застрахованных уже превышает 45 млн. человек. [2]

Появляются и активно развиваются новые виды страхования: автострахование (автокаско, ОСАГО, ДСАГО), страхование опасно производственных объектов (2011), страхование ответственности перевозчиков перед третьими лицами (2012), Марс (2014). В ближайшем будущем появится новый вид обязательного страхования – страхование квартир.

Таким образом, изучение исторического опыта становления и развития страхования играет важную роль в развитии страховых отношений в современной России.

Список используемых источников:

1. Зубкова Л.Д. История финансов. Тюмень: издательство Тюменского Государственного Университета, 2010. 134 с.
2. URL: <http://www.rgs.ru/about/information/index.wbp>
3. URL: <http://subscribe.ru/archive/insurance.rgsblog/201305/01134533.html>

© 2016, Новожилова И.С.

*История становления и развития института
страхования в России*

© 2016, Novozhilova I.S.

*History of formation and development of the
insurance institute in Russia*

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.234

Поступила (Received): 02.03.2016

Нуриева Р.И., Закирова Ф.Н.

Основные подходы к совершенствованию отчета о движении денежных средств в соответствии с МСФО (IAS) 7 «Отчет о движении денежных средств»

Nurieva R.I., Zakirova F.N.

The main approaches to the improvement of the report of cash flows in accordance with IFRS (IAS) 7 "Statement of cash flows"

В данной статье рассмотрено усовершенствование одной из форм бухгалтерской отчетности – отчета о движении денежных средств в сельскохозяйственных организациях в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности

Ключевые слова: отчет о движении денежных средств, международные стандарты финансовой отчетности, денежные потоки, МСФО (IAS) 7

Нуриева Регина Ирековна
Старший преподаватель
Казанский государственный аграрный университет
г. Казань, ул. К. Маркса, 65

Закирова Фарид Нургаязовна
Бакалавр
Казанский государственный аграрный университет
г. Казань, ул. К. Маркса, 65

In this article the improvement of a form of accounting statements – report on movement of funds in agricultural companies in accordance with International financial reporting standards

Key words: statement of cash flows international financial reporting standards, dennie flows, IFRS 7

Nurieva Regina Irekovna
Senior lecturer
Kazan state agrarian university
Kazan, K. Marksa st., 65

Zakirova Farida Nurgayazovna
Bachelor
Kazan state agrarian university
Kazan, K. Marksa st., 65

Бухгалтеры всего мира за гармонизацию и стандартизацию бухгалтерского учета в международном контексте. В связи с этим программа реформирования системы учета предусматривает введение на предприятиях международной финансовой отчетности.

Отчет о движении денежных средств является одним из составляющих годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности сельскохозяйственных предприятий. Этот отчет – основа для анализа денежных потоков. Такой анализ имеет большое значение, так как помогает выявить причины избытка или дефицита денежных потоков и определить источники их поступления и расходо-

вания для контроля за текущей ликвидностью и платежеспособностью сельскохозяйственной организации. Анализ движения денежных средств помогает оценивать финансово-экономическое состояние компании.

Отчет о движении денежных средств – обязательная форма, которая входит в пакет годовой отчетности компании в соответствии с МСФО. В результате пользователь при осуществлении хозяйственных операций может оценить способность активов компании генерировать денежные средства.

В международной практике полезность и актуальность информации о движении денежных средств организации были изложены в МСФО (IAS) 7 «Отчеты о движении денежных средств» – необходимая оценка способности предприятия создавать денежные средства и их эквиваленты и ее потребности в денежных средствах. В п. 6 IAS 7, как и в п. 5 ПБУ 23/2011 [3], денежные эквиваленты определяются как высоколиквидные финансовые вложения, легко обрабатываемые в заранее известную сумму денежных средств и которые подтверждены незначительному риску изменения стоимости. IAS 7, в отличие от ПБУ 23/2011, рекомендует срок, когда инвестиция квалифицируется в виде эквивалента денежных средств, он составляет три месяца (или менее) с даты приобретения (п. 7 IAS 7). Для того чтобы у компании не было понятийного расхождения относительно денежных эквивалентов при подготовке отчета о движении денежных средств по МСФО и РСБУ, рекомендуется закрепить в учетной политике период, при котором финансовые вложения считаются высоколиквидными.

Отчет отражает информацию о фактически поступивших и расходованных денежных средств, то есть о дебетовых и кредитовых оборотах по бухгалтерским счетам:

- 1) 50 «Касса»
- 2) 51 «Расчетные счета»
- 3) 52 «Валютные счета»
- 4) 55 «Специальные счета в банках»
- 5) 57 «Переводы в пути»

В отчете поток денежных средств распределяется по трем направлениям – от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности.

Согласно (IAS) 7 компания обязана составлять отчет о движении денежных средств при представлении денежных потоков по операционной деятельности, применяя:

- прямой метод (раскрытие информации об основных видах валовых поступлений и валовых выплат);
- косвенный метод (корректировка чистой прибыли с учетом влияния неденежных операций, отложенных (начисленных) сумм по прошлым (будущим) поступлениям денежных средств по операционной деятельности) [1].

Прямой метод позволяет предоставить ту информацию, которую невозможно получить при косвенном методе. Поэтому (IAS) 7 советует предприятиям в отчете о движении денежных средств отражать денежные средства по операционной деятельности на базе прямого метода. В соответствии с прямым методом информацию по основным классам валовых поступлений и валовых выплат

можно получить: либо и, учетных регистров; либо путем корректировки показателей выручки, себестоимости продаж, а также прочих статей в отчете о совокупном доходе с учетом: изменений показателей, запасов, дебиторской и кредиторской, задолженности по операционной деятельности; прочих неденежных статей; прочих статей, движение которых связано с инвестиционной или финансовой деятельностью.

Согласно (IAS) 7, при косвенном методе денежные потоки по операционной деятельности устанавливаются при помощи корректировки чистой прибыли (убытка).

Выбор метода составления «Отчета о движении денежных средств» нужно оставлять за предприятиями. Это положение предусматривается в ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» [2]. Международный комитет по стандартам финансовой отчетности советует применять прямой метод составления отчета о движении денежных средств, так как он более насыщен информацией.

Какие факторы обуславливают выбор необходимого метода? Их два:

1) выбирается тот метод, который распространен на предприятиях отрасли. Пользователь финансовой отчетности может сравнить данные своей организации и других компании отрасли.

2) выбирается метод, который позволяет получить актуальную информацию с точки зрения анализа. Исходя из практики ведения хозяйственной деятельности, вопрос включения определенных денежных средств в отчет о движении денежных средств по составу в соответствии с видом деятельности устанавливается компанией.

Введение ПБУ 23/2010 – попытка сближения российской бухгалтерской системы с международными стандартами финансовой отчетности.

Мы можем сказать, что высок уровень российских стандартов бухгалтерского учета. К сожалению, эти стандарты не всегда принимаются у нас специалистами, отчеты которых ориентированы на налогообложение. Полное совмещение IAS 7 и ПБУ поможет эффективному построению системы бухгалтерского учета и отчетности, также это:

- увеличит прозрачность отчетов, в соответствии с международными принципами составления отчетности;

- улучшит качество управленческой информации;

- увеличит доступ к международным рынкам капитала;

- сделает упрощенным ведение финансового учета;

- улучшит имидж и деловую репутацию в глазах финансовых сообществ.

Для перехода от ПБУ к МСФО необходимо:

- поддержка со стороны правительства;

- изменения в образе мышления российских специалистов в области бухгалтерского учета;

- широкомасштабное обучение.

При сравнении МСФО и РПБУ, делаем вывод, что в основе стандартов элементы постановки и ведения бухгалтерского учета и отчетности имеет разное понимание. Это касается объяснения достоверности, адресности отчетности,

применения метода начислений, трактовки активов, а также возможности профессиональных оценок при подготовке отчетности.

Список используемых источников:

1. Приказ Министерства Финансов РФ от 25.11.11 г. № 160н Международный стандарт финансовой отчетности (IAS 7) «Отчет о движении денежных средств».
2. Приказ Министерства Финансов РФ от 02.07.2010 г. № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций».
3. Приказ Министерства Финансов Российской Федерации от 02.02.2011 г. №11н «Отчет о движении денежных средств» (ПБУ 23/2011).
4. Клычова Г.С., Нуриева Р.И. Особенности признания в учете государственных субсидий, выделяемых сельскохозяйственным предприятиям, в соответствии с отечественными и международными стандартами // Бухгалтерский учет в бюджетных и коммерческих организациях. 2015. №18(378). С. 30-40.
5. Камилова Э.Р., Габдрахманова Ч.Р. Принципы допущения бухгалтерского учета при формировании учетной политики организации // Современные научные исследования: теоретический и практический аспект. Сызрань 2016. С. 49-52.
6. Нуриева Р.И. Совершенствование форм отчетности в отношении раскрытия информации о государственных субсидиях // Вестник Казанского государственного аграрного университета. Т. 10. 2015. №3. С. 25-29.
7. Нуриева Р.И. Особенности признания в составе доходов государственных субсидий в сельском хозяйстве согласно международным стандартам // Перспективы развития науки и образования. Тамбов, 2015. С. 112-113.
8. Нуриева Р.И., Закирова Ф.Н. Актуальные вопросы формирования отчета о движении денежных средств в соответствии с российскими и международными стандартами финансовой отчетности // Закономерности и тенденции развития науки в современном обществе. Уфа, 2015. С. 28-30.
9. Нуриева Р.И., Харисова Р.Р. Особенности бухгалтерского учета материально – производственных запасов в соответствии с требованиями МСФО IAS 2 «Запасы» // Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем. Уфа, 2015. С. 30-32.

© 2016, Нуриева Р.И., Закирова Ф.Н.

Основные подходы к совершенствованию отчета о движении денежных средств в соответствии с МСФО (IAS) 7 «Отчет о движении денежных средств»

© 2016, Nurieva R.I., Zakirova F.N.

The main approaches to the improvement of the report of cash flows in accordance with IFRS (IAS) 7 "Statement of cash flows"

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.238

Поступила (Received): 02.03.2016

Нуриева Р.И., Харисова Р.Р.
О вопросах учета материально-производственных
запасов в системах отечественного и
международного учета

Nurieva R.I., Kharisova R.R.
The accounting of inventories in systems
with domestic and international accounting

В данной статье рассмотрены особенности признания в учете и определения себестоимости материально-производственных запасов в соответствии с российскими и международными стандартами учета и отчетности. Определены основные нормативные акты, регулирующие порядок организации учета на данном участке. Обоснованы базовые отличия отечественных и международных стандартов, применяемых в учете запасов

Ключевые слова: материально-производственные запасы, положение по бухгалтерскому учету, международный стандарт финансовой отчетности, себестоимость, затраты

This article describes the features of the recognition in accounting for determining the cost of inventories in accordance with Russian and international standards of accounting and reporting. Identifies the main normative acts regulating the organization of accounting in this area. It justifies the basic differences between domestic and international standards applied in accounting for inventories

Key words: inventories, accounting regulation, international financial reporting standard, costs, and expenses

Нуриева Регина Ирековна
Старший преподаватель
Казанский государственный аграрный университет
г. Казань, ул. К. Маркса, 65

Nurieva Regina Irekovna
Senior lecturer
Kazan state agrarian university
Kazan, K. Marksa st., 65

Харисова Расима Расилевна
Бакалавр
Казанский государственный аграрный университет
г. Казань, ул. К. Маркса, 65

Kharisova Rasima Rasilevna
Bachelor
Kazan state agrarian university
Kazan, K. Marksa st., 65

Одним из факторов получения допустимого размера прибыли является рациональное использование материально-производственных запасов, так как сущность производственного процесса обуславливается необходимостью создания материальных ресурсов, которое включает в себя условия для непрерывного производства продукции. Все компоненты материально-производственных запасов, актуальные для производства продукции, должны поступать непрерывно и бесперебойно.

Операции по приобретению, заготовлению и отпуску материалов обуславливают непрерывность производственного и торгового процессов организации и, следовательно, нуждаются в текущем учете. Ключевыми требованиями, которые предъявляются к бухгалтерскому учету материалов, являются: сплошное, постоянное и глубокое отражение движения (прихода, расхода, перемещения) и наличия материально-производственных запасов; учет количества и оценка материально-производственных запасов; оперативность учета материалов; достоверность данных; соответствие синтетического учета данным аналитического учета; соответствие учетных данных склада и оперативного учета движения материально-производственных запасов в отделах предприятия данным бухгалтерского учета.

Организация учета МПЗ важнейший участок учетной работы. Следовательно, формирование учетных данных и контроль над движением, сохранностью и употреблением материальных ценностей связано с огромными трудностями. Вместе с внешней, важное место в которой занимает бухгалтерская отчетность, создается большой объем внутренней информации, используемой для целей управления самой организации. Отметим, что от рациональности организации учета материально- производственных запасов зависит эффективность их использования, что, в свою очередь, влияет на размер получаемой прибыли.

Порядок организации и ведение бухгалтерского учета МПЗ в России осуществляется в соответствии с нормативными документами. Основные требования к ведению бухгалтерского учета и составлению бухгалтерской отчетности в Российской Федерации определены Федеральным законом «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ [1].

Согласно ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов» материально-производственные запасы принимаются к бухгалтерскому учету по фактической себестоимости, система установления которой зависит от способа устройства МПЗ на предприятии [3]. Фактической себестоимостью МПЗ, купленных за плату, определяется сумма расходов предприятия на покупку, за исключением суммы НДС и прочих компенсируемых налогов.

В соответствии с ПБУ 5/01 в качестве МПЗ принимаются активы: которые формируются в виде сырья, материалов и т.п. при производстве товаров; которые предназначены для продажи; которые используются для управленческих потребностей организации.

Международный стандарт финансовой отчетности IAS 2 «Запасы» включает нормы, которые относятся к формированию порядка учета затрат на производство и калькулированию себестоимости продукции. Положения стандарта регулируют правила выбора технологий калькулирования, которые оказывают влияние на величину прибыли текущего периода. В этом периоде также формируются рекомендации по направлению косвенных накладных расходов затрат производственного характера; по распределению услуг совокупных производств и по размежеванию затрат между капитализируемыми и не капитализируемыми в балансе [2].

В настоящее время российская теория и практика производственного учета описывает несколько способов калькулирования себестоимости продукции, например, метод полной себестоимости, директ-костинг, нормативный, по-заказный, попередельный методы. Эти методы описываются в учетных политиках организаций. Отечественные положения по бухгалтерскому учету указаний на этот счет не имеет.

В отечественном законодательстве отсутствуют нормы, которые регулируют введение в создаваемую в финансовом учете производственную себестоимость продукции косвенных переменных и постоянных производственных расходов. В международном стандарте подобные нормы описываются достаточно четко [2].

Соответственно, п. 11 МФСО (IAS) 2 «Запасы» постоянные накладные производственные расходы содержатся в себестоимости продукции соразмерно прогнозируемому объему производства продукции при осуществлении работы при традиционных условиях. То есть основанием разделения этих затрат является показатель «стандартная производственная мощность». Нормативом так же возможен альтернативный вариант – использование в особенности основы разделения фактического объема производства в том случае, если он приближается к традиционной мощности.

Сопоставляя положения МФСО (IAS) 2 «Запасы» с ПБУ 5/01 «Учет материально – производственных запасов» возможно, отметить следующие базовые различия в системе международного учета МПЗ:

- возможен нормативный метод оценки запасов;
- фиксируется система учета затрат на производство для создания способа учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции;
- классификация затрат (прямые, косвенные, переменные и постоянные);
- отображается специализированный порядок распределения переменных и общепроизводственных косвенных затрат;
- передаются рекомендации по распределению косвенных расходов сырья и материалов, а также по оценке смежной продукции в комплексных производствах,
- разнится группа расходов, которые в назначенном порядке списываются на уменьшение прибыли текущего периода;
- аннулирован способ оценки запасов – ЛИФО [2].

Для совершенствования организации проведения инвентаризации материально – производственных запасов необходимо регламентировать порядок списания сумм недостач на счет финансовых результатов при отсутствии виновных лиц [5, с. 197].

Для повышения эффективности учета материально-производственных запасов необходимо описать порядок контроля остатков материальных ценностей складах до норматива; порядок реализации неликвидных материалов. Кроме того каждому предприятию необходимо использовать опыт в области эффективного учета и контроля производственных ресурсов лучших предприятий отрасли.

Список используемых источников:

1. О бухгалтерском учете. Федеральный закон от 06.12.2011 №402-ФЗ (ред. от 04.11.2014).
2. О введение в действие международных стандартов финансовой отчетности и разъяснений международных стандартов финансовой отчетности на территории РФ Приказ Минфина РФ от 25.11.11 №160н (в ред. Приказа Минфина от 18.07.2012 №106н).
3. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» (ПБУ 5/01). Приказ Минфина РФ от 09.06.2001 №44н (ред. от 25.10.2010).
4. Клычова Г.С., Нуриева Р.И. Особенности признания в учете государственных субсидий, выделяемых сельскохозяйственным предприятиям, в соответствии с отечественными и международными стандартами // Бухгалтерский учет в бюджетных и коммерческих организациях. 2015. №18(378). С. 30-40.
5. Матвеева К.А., Хакимова Л.Ш. Инвентаризация материально-производственных запасов и отражение ее результатов на счетах бухгалтерского учета // Экономическое развитие России: тенденции, перспективы. Нижегородский государственный педагогический университет им. Козмы Минина, 2015. С. 196-199.
6. Нуриева Р.И., Гатауллина А.И. Определение финансовых результатов в сельскохозяйственных организациях в целях бухгалтерского учета // Взаимодействие науки и общества: проблемы и перспективы. Уфа, 2016. С. 123-125.
7. Нуриева Р.И., Салихова Э.Г. Особенности организации внутреннего контроля готовой продукции // Научные исследования и разработки в эпоху глобализации. Уфа. 2016. С. 147-149.
8. Нуриева Р.И., Хакимова А.А. Внутренняя управленческая отчетность по центрам ответственности аграрных организаций // Закономерности и тенденции развития науки в современном обществе. Уфа. 2015. С. 30-32.
9. Нуриева Р.И., Харисова Р.Р. Особенности бухгалтерского учета материально-производственных запасов в соответствии с требованиями МСФО (IAS) 2 «Запасы» // Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем. Уфа. 2015. С. 30-32.
10. Фахретдинова Э.Н. Формирование отчетной информации о запасах предприятиями малого и среднего бизнеса в системах российских и международных стандартов // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2014. №3(33). С. 55-60.

© 2016, Нуриева Р.И., Харисова Р.Р.

О вопросах учета материально-производственных запасов в системах отечественного и международного учета

© 2016, Nurieva R.I., Kharisova R.R.

The accounting of inventories in systems with domestic and international accounting

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.242

Поступила (Received): 05.03.2016

Орлова А.И.
**Факторы, способствующие успешному
развитию ресторанного бизнеса**

Orlova A.I.
**Marketing research of dairy products in
the food market of the Russian Federation**

В статье отражены основные факторы, способствующие развитию ресторанного бизнеса, представлен алгоритм создания предприятия общественного питания

Ключевые слова: предприятие общественного питания, развитие, факторы, алгоритм

Орлова Анна Ильинична

Кандидат экономических наук, старший преподаватель

Институт пищевых технологий и дизайна (филиал)

г. Нижний Новгород, ул. Спутника, 24 А

The paper describes the main factors contributing to the development of the restaurant business, the creation of an algorithm catering

Key words: catering company, development factors, the algorithm

Orlova Anna Ilinichna

Candidate of Economic Sciences, Senior lecturer

Institute of food technology and design (branch)

Nizhny Novgorod, Sputnik st., 24 A

В последние годы рынок предприятий общественного питания, как на территории Нижегородской области, так и в Нижнем Новгороде подвергся некоторым изменениям. После мирового финансового кризиса в стране стремительными темпами началось развитие среднеценового сегмента ресторанов, различных тематических кафе, появилось значительное количество предприятий фаст-фуда, суши-баров и других заведений. Самые многочисленные сегменты рынка общественного питания, которые открыты для посещения всех категорий граждан в городе Нижнем Новгороде – это бары и кафе. Значительна доля на рынке и столовых при предприятиях и учебных учреждениях, которые также посещают работники близлежащих офисов и предприятий. При этом качество приготовления блюд в некоторых столовых является весьма высоким, а ассортимент разнообразным. Это привело к тому, что даже в условиях кризиса у данных точек общественного питания наблюдался устойчивый поток посетителей из студентов и преподавателей учебных заведений.

Связанный с возможностью получать значительную прибыль, этот бизнес привлек большое количество инвесторов, как отечественных, так и зарубежных. Значительное увеличение числа предприятий общественного питания стало возможным благодаря увеличению покупательной способности граждан, росту среднедушевых доходов и деловой активности населения, вызванной

ускорением ритма жизни, вынуждающей наиболее платежеспособную часть работоспособных граждан питаться вне дома.

Большинство кафе и ресторанов сосредоточено в нагорной части города, а именно в Нижегородском районе. Несмотря на то, что численность населения в этом районе по сравнению с Автозаводским меньше в два с лишним раза (таблица 1), Нижегородский район считается самым престижным в городе. Здесь расположено большое количество офисных зданий, бизнес-центров, развлекательных и торговых центров, а также граждане Нижегородского района обладают более высокими доходами. В связи с этим количество предприятий общественного питания, как и других предприятий общественного питания в большей мере сосредоточено в Нижегородском районе. Несмотря на это, в Нижнем Новгороде стремительными темпами развивается строительство новых микрорайонов, повышая привлекательность открытия новых предприятий общественного питания, крупных торговых центров и прочих объектов для проведения семейного досуга. В основном в новостройках приобретают квартиры молодые семьи с детьми, а также состоятельные граждане города. Новые микрорайоны открываются во всех районах города, к ним можно отнести микрорайон «Юг», «Водный мир», «Спутник» в Автозаводском районе, «Седьмое небо», «Волжские огни» в Канавинском районе, «Медвежья долина», «Пражские огни», «Изумрудный замок» в Нижегородском районе, «Белый город», «Гагаринские высоты», «Подкова» в Советском районе и другие.

Таблица 1. Оценка численности и плотности населения г. Нижний Новгород на 1 января 2016 г [2, 3]

Район	Население чел.	Площадь, га	Плотность населения, чел./км ²
г. Нижний Новгород	1 272 719	410 680	3099
в т.ч. внутригородские районы:			
Сормовский район	167 443	100 000	1674
Нижегородский район	131 293	67 000	1960
Автозаводский район	300 647	94 000	3198
Канавинский район	156 991	47 540	3302
Приокский район	93 370	23 000	4060
Московский район	124 152	27 000	4598
Советский район	148 324	31 000	4785
Ленинский район	141 653	27 000	5246

Самый населенный район Нижнего Новгорода – Автозаводский район [2] – с численностью постоянного населения 300 647 человек. На втором месте Сормовский – 167 443 человека. Плотность населения этих районов 3198 чел./км² и не менее 1674 чел./км² соответственно. Большая плотность населения в Ленинском, Московском, Приокском и Советском районах. Заречная часть города (Ленинский, Канавинский, Московский и Сормовский районы) менее развита в плане создания новых градостроительных комплексов. Ленинский, Московский и Канавинский – из-за отсутствия достаточных площадей в связи с высокой плотностью населения. Сормовский район территориально самый большой по

площади, но в то же время самый удаленный от центра города. Нижегородский район в этом плане более перспективен, он охватывает площадь 67 км² и администрация города усиленно занимается его застройками, созданием новых жилых кварталов, ресторанов, бизнес-центров и торгово-развлекательных комплексов. Именно поэтому большинство предприятий общественного питания открываются в Нижегородском районе.

В настоящее время проблема организации досуга населения в новых микрорайонах города является актуальной. При строительстве новостроек главный акцент ставится на обеспечение населения магазинами и аптеками, организацию детских площадок, в то время как возведение объектов культурно-массового характера откладывается на второй план. Нами предлагается алгоритм создания предприятия общественного питания, который может быть использован в любом районе и микрорайоне города и области (рис. 1).

Рисунок 1 Алгоритм создания предприятия общественного питания на основе [3,4]

Для рекламы достаточно сделать яркие вывеску и витрину, поставить красочные указатели и повесить плакаты в радиусе 300-500 метров вокруг, указывающие на место расположения предприятия. Нами разработана структурная схема модели предприятия общественного питания (рис. 2).

Любое предприятие перед открытием занимается прогнозированием покупательского спроса, на основе которого принимается решение вопроса о целесообразности открытия того или иного заведения. Маркетинговые исследования – это один из способов сбора, анализа и сопоставления информации, связанной с деятельностью предприятий общественного питания г. Н. Новгорода.

Изучение спроса на продукцию и услуги общественного питания должно стать основой для предприятий общественного питания при открытии заведения, при планировании объема выпускаемой продукции, обеспечении процесса ее производства, а также проведении эффективной ценовой политики.

Рисунок 2 – Структурная схема модели предприятия общественного питания

При изучении спроса на уровне предприятий общественного питания необходимо учитывать следующие особенности:

- спрос должен быть изучен не только в целом, но и в разрезе отдельных позиций ассортимента;
- спрос должен изучаться среди каждой конкретной группы потребителей, разделенных по таким признакам как пол, возраст, семейное положение и т. д. В пределах каждой группы необходимо выделить особенности спроса и на них ориентироваться;
- необходимо выделить и конкретизировать объект изучения спроса, которым может быть ассортиментная структура предприятия общественного питания с одной стороны, а с другой – контингент потребителей данного заведения.

Полученная информация при изучении спроса необходима для решения задач представленных на рис. 3.

Привлечение клиентов – главная цель любого предприятия общественного питания. Именно посетители определяют доход предприятия и его успешное развитие. На количество посетителей предприятий питания влияют факторы, представленные на рис. 4.

Рис. 3. Задачи при изучении спроса на продукцию и услуги ОП

Рис. 4. Доминирующие факторы, влияющие на количество посетителей предприятий общественного питания

Одним из методов оценивания потребительского спроса является применение специальных кассовых аппаратов, позволяющих постоянно контролировать ежедневное количество проданной продукции, сумму полученных денежных средств за ее реализацию, в том числе отследить количество блюд не в целом по ассортименту продукции, а по конкретным блюдам. С помощью кассовых аппаратов можно узнать о количестве посетителей по часам работы, дням недели, о средней стоимости одного заказа, среднем количестве блюд, приходящемся на одного клиента.

В случае планирования открытия предприятия общественного питания наиболее эффективным методом изучения спроса анкетный опрос. Для его осуществления необходимо выделить определенные этапы (рис. 5).

Основной целью исследования методом анкетирования является изучение потребительского спроса на услуги предприятий общественного питания, исследование восприятия населением новых предложенных услуг, а также выявление покупательских предпочтений и запросов.

Формирование спроса условно делится на два этапа:

1. выход предприятия на рынок с новой продукцией, в этом случае спрос формируется максимально;
2. мероприятия по реализации продукции и услуг, для повторного посещения посетителями данного заведения.

Рис. 5. Этапы проведения анкетирования

Важной задачей при открытии нового предприятия является мотивация посетителей к последующим систематическим посещениям. Для этого необходимо предложить клиентам заведения какую-либо выгоду, предпочтительнее материального характера. Например, накопительную скидку в цене за регулярное посещение заведения, скидку с суммы покупки, подарочный сувенир и т.д. Такой вид стимулирования утверждается в сознании и способствует появлению желания посетить данное предприятие не один раз и, возможно, с друзьями. Таким образом, создается постоянный посетитель.

Для повышения спроса на продукцию и услуги любого предприятия общественного питания необходимо уделять особое внимание проведению различных мероприятий, совершенствовать ассортимент выпускаемых блюд, повышать культуру обслуживания персонала.

Список используемых источников:

1. Основные показатели социально-экономического развития Приволжского федерального округа на 01.09.2015. URL: <http://www.pfo.ru/?id=54640>
2. URL: <http://magnatcorp.ru/articles/classification/>
3. Максимова М.А., Зыбин О.С. Развитие рынка предприятий общественного питания в Санкт-Петербурге в условиях повышенной конкуренции // Техничко-технологические проблемы сервиса. 2011. № 1 (15).
4. Орлова А.И. Состояние и перспективы развития предприятий общественного питания // Экономика и предпринимательство. 2015. № 1.

© 2016, Орлова А.И.

Факторы, способствующие успешному развитию ресторанного бизнеса

© 2016, Orlova A.I.

Marketing research of dairy products in the food market of the Russian Federation

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.248

Поступила (Received): 01.03.2016

Остапчук О.Ю., Кипкеев М.Д. Значение косвенного налогообложения в доходной части бюджета РФ

Ostapchuk O.Yu., Kipkeev M.D.
**The value of indirect taxation to the revenue
side of the budget of the Russian Federation**

В статье исследуются роль косвенных налогов в формировании бюджета Российской Федерации. Проведен анализ поступлений косвенных налогов в РФ. Выявлены основные проблемы косвенного налогообложения при формировании доходов бюджета страны

Ключевые слова: налог на добавленную стоимость (НДС), акцизы, федеральный бюджет, структура косвенных налогов федерального бюджета

The article examines the role of indirect taxes in formation of the budget of the Russian Federation. The analysis of revenues indirect taxes in the Russian Federation. The basic problems of indirect taxation upon formation of income of the budget of the country

Key words: value added tax (VAT), excise taxes, the federal budget, the structure of indirect taxes of the federal budget

Остапчук Ольга Юрьевна

Кандидат педагогических наук, доцент
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия
г. Черкесск, ул. Ставропольская, 36

Ostapchuk Olga Yurievna

Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor
North-Caucasian state humanitarian-technological academy
Cherkessk, Stavropol st., 36

Кипкеев Магомед Джаббаевич

Кандидат экономических наук, доцент
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия
г. Черкесск, ул. Ставропольская, 36

Kipkeev Mahomed Dzhabbaevich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
North-Caucasian state humanitarian-technological academy
Cherkessk, Stavropol st., 36

Важнейшими характеристиками оптимизации политики регулирования доходов являются: полнота сбора налогов, соотношение между видами налогов и уровнями бюджетных отношений.

Основу федерального бюджета составляют легко контролируемые и собираемые косвенные налоги налог на добавленную стоимость (НДС), акцизы.

Высокая доля косвенного налогообложения ограничивает спрос на товары и оказывает относительное налоговое давление на законопослушных налогоплательщиков. Поэтому перед российской налоговой системой стоит задача постепенного ограничения доли косвенного налогообложения.

По мнению профессора М.В. Романовского, в качестве стратегии налоговых преобразований должен быть выбран вариант, при котором «налоговая ре-

форма не должна ставить целью кардинальное изменение действующей налоговой системы, более реалистичным является ее эволюционное преобразование, обеспечивающее устранение присущих ей недостатков и перекосов, и направленное на создание рациональной, справедливой, стабильной и предсказуемой налоговой системы».

Исследование косвенного налогообложения на современном этапе имеет особое значение, поскольку налоги выражают фискальные интересы государства. Разумное их применение может позитивно воздействовать на процесс ценообразования и влиять на структуру потребления [4].

Одной из главнейших проблем в области налогообложения является достижение оптимальной величины собираемости налогов. Налоги являются основным инструментом, с помощью которого образуются государственные и муниципальные денежные фонды. Для любого государства, на какой бы ступени своего социально – экономического развития оно ни находилось, необходимость увеличения доходов бюджетов является одной из актуальнейших задач. Нахождение правильного решения этой задачи чрезвычайно важно и для России [4].

К факторам, негативно влияющим на сбор косвенных налогов можно отнести: спад производства, тяжелое финансово – экономическое положение предприятий, рост неплатежей предприятий, предоставление большого количества льгот и отсрочек, введение «зон экономического благоприятствования», уклонение от уплаты налогов [4].

Перспективы развития акцизов в РФ связаны с уточнением перечня подакцизной продукции, дифференциацией ставок и исчислением и уплатой акцизов на спиртосодержащую продукцию и нефтепродукты. Таким образом, косвенное налогообложение в современных условиях имеет ключевое значение в экономике. В России косвенное налогообложение связано с определенными проблемами, для реализации которых органами государственной власти разрабатываются и реализуются определенные меры [4].

Рассмотрим поступления косвенных налогов в федеральный бюджет.

Поступления косвенных налогов в федеральный бюджет по группам налогов за 2012 – 2014 годы представлены в таблице 1.

Из данных таблицы видно, что на косвенные налоги приходится около 57,5 % налоговых доходов федерального бюджета, что отражает определенную зависимость последнего от поступления данных налогов.

Так, в частности, на налога на добавленную стоимость приходится около 50 % налоговых доходов. Учитывая, что доходы федерального бюджета поступает 8 видов налогов, столь значительная роль налога на добавленную стоимость свидетельствует о достаточно высоком фискальном значении данного налога. При этом поступления по НДС в целом имеют тенденцию к росту.

Таким образом, на акцизы приходится от 5,7 % до 7,5 налоговых доходов федерального бюджета. Поступления по данному налогу выросли соответственно со 395,3 до 592,4 млрд. руб. [5].

**Таблица 1. Поступления косвенных налогов
в федеральный бюджет по группам налогов в 2012 – 2014 гг.**

Наименование доходов	2012 г.		2013 г.		2014 г.	
	млрд. руб.	уд. вес, %	млрд. руб.	уд. вес, %	млрд. руб.	уд. вес, %
Налог на добавленную стоимость	3 545,80	51,74	3 539,01	50,1	3931,6	49,6
Акцизы	395,25	5,77	524,49	7,42	592,4	7,5
Итого косвенных налогов	3 941,05	57,51	4063,5	57,52	4524	57,1
Итого налоговых доходов	6 853,22	100,0	7 063,9	100,0	7921	100,0

Из таблицы 1 следует, что наибольший удельный вес косвенных налогов приходится на товары (работы, услуги), реализуемые на территории РФ, которые составляли более 59 %. При том НДС на товары (работы, услуги), реализуемые на территории РФ в 2014 году приходится 48 % косвенных налогов. Акцизы по подакцизным товарам (продукции), производимым на территории РФ составляют в 2014 году 11,5 % [5].

Структура косвенных налогов федерального бюджета за 2012 – 2014 годы представлена в таблице 2. Налоги на товары, ввозимые на территорию РФ, составляют соответственно 40,3 % косвенных налогов. В том числе налога на добавленную стоимость на товары, ввозимые на территории РФ – 38,7 %. Акцизы по подакцизным товарам (продукции), ввозимым на территорию РФ не превышали 1,6 % косвенных налогов [5].

Таблица 2. Структура косвенных налогов федерального бюджета за 2012 – 2014 гг.

Наименование доходов	2012 г.		2013 г.		2014 г.	
	млрд. руб.	уд. вес, %	млрд. руб.	уд. вес, %	млрд. руб.	уд. вес, %
Налоги на товары (работы, услуги) реализуемые на территории РФ	2 222,90	56,40	2329,3	57,32	2702,3	59,7
НДС на товары (работы, услуги), реализуемые на территории РФ	1 881,30	47,74	1868,21	45,98	2181,4	48,2
Акцизы по подакцизным товарам (продукции), производимым на территории РФ	341,7	8,67	461,09	11,35	520,8	11,5
Налоги на товары, ввозимые на территории РФ	1 712,60	43,46	1734,2	42,68	1821,8	40,3
НДС на товары, ввозимые на территорию РФ	1 659,30	42,10	1670,80	41,12	1750,2	38,7
Акцизы по подакцизным товарам (продукции), ввозимым на территории РФ	53,4	1,35	63,4	1,56	71,6	1,6
Итого косвенных налогов	3 941,05	100,0	4063,9	100,0	4524,1	100,0

Наибольшее влияние на увеличение акцизов оказала индексация ставок акцизов по подакцизным товарам, в том числе, по табачным изделиям.

Косвенные налоги на 87 % состоят из НДС. Тем самым можно отметить наибольшую фискальную значимость налога на добавленную стоимость. Акцизы занимают до 13 %, при этом их значение имеет тенденцию роста за весь анализируемый период [5].

На рисунке 2 представлена структура косвенных налогов федерального бюджета за 2012 – 2014 годы.

Рисунок также наглядно отражает лидирующую роль налога на добавленную стоимость в структуре поступлений косвенных налогов. Однако удельный вес данного налога в рассматриваемом периоде сократился с 90 % до 87 %. Удельный вес акцизов соответственно имеет положительную динамику и вырос с 10 % до 13 %, что обусловлено индексацией ставок акцизов на отдельные подакцизные товары в том числе бензин, сигареты и многое другое [5].

Рис. 2. Структура косвенных налогов федерального бюджета за 2012 – 2014 годы

Рис. 3. Динамика косвенных налогов федерального бюджета за 2012 – 2014 гг., млрд. руб.

На рисунке 3 представлена динамика косвенных налогов федерального бюджета за 2012 – 2014 годы.

Рисунок 3 также отражает превышение поступлений по НДС над акцизными платежами. При этом поступления НДС за 2012 – 2014 годы увеличились с 3,5 до 3,9 трлн. руб., а по акцизам увеличились с 395,3 до 595,4 млрд. руб. [5].

По мнению Счетной палаты, целесообразно рассмотреть вопрос о включении в состав подакцизных товаров трансмиссионных масел, которые используются в транспортных средствах наряду с моторными маслами для дизельных и (или) карбюраторных (инжекторных) двигателей, однако налогообложению не подлежат. Внесение соответствующих изменений в НК РФ позволит обеспечить дополнительные поступления акцизов в бюджет, а также минимизировать риски неуплаты акцизов в случае недостоверного декларирования моторных масел под видом трансмиссионных.

Список используемых источников:

1. Официальный сайт Федеральной налоговой службы. URL: <http://www.nalog.ru>
2. Официальный сайт Федерального казначейства России. URL: <http://www.roskazna.ru>
3. Официальный сайт Министерства финансов РФ. URL: <http://www.minfin.ru>
4. Егоренкова К.И., Анкудинова А.П. Проблемы и перспективы косвенного налогообложения. URL: <http://www.arbit.ru>
5. Фарахова Е.Г., Деревенскова М.Г. Анализ роли налогов в формировании доходов федерального бюджета. URL: [http://https://iupr.ru/...data/.../Farrahova%20E.G.-1%20\(osnovnoy%20razdel\).pdf](http://https://iupr.ru/...data/.../Farrahova%20E.G.-1%20(osnovnoy%20razdel).pdf)

© 2016, Остапчук О.Ю., Кипкеев М.Д.

Значение косвенного налогообложения в доходной части бюджета РФ

© 2016, Ostapchuk O.Yu., Kipkeev M.D.

The value of indirect taxation to the revenue side of the budget of the Russian Federation

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.253

Поступила (Received): 24.03.2016

Павлова Е.И., Аздравина А.Л. Логистические системы экспорта углеводородов РФ на региональные рынки

Pavlova E.I., Azdravina A.L.
Logistic systems of the Russian hydrocarbons's
export on the regional markets

Реализация логистической концепции при экспорте углеводородов представляет особый интерес для нашей страны, способствуя усилению геополитического и экономического влияния в мировой экономике. Освоение нефтедобычи в районах Крайнего Севера, в первую очередь, на шельфе арктических морей, требует изменений в логистике. Международные логистические системы доставки газа ориентированы на три крупных региональных рынка: Европейский, Восточно-Азиатский и Североамериканский. Россия занимает лидирующие позиции на Европейском рынке

Ключевые слова: логистическая система доставки углеводородов, нефтегазовые ресурсы, международные рынки газа

Павлова Елена Ивановна

Кандидат экономических наук, профессор
Московский государственный университет путей
связи Императора Николая II
г. Москва, ул. Образцова, 9

Аздравина Анна Леонидовна

Магистрант
Московский государственный университет путей
связи Императора Николая II
г. Москва, ул. Образцова, 9

Implementation of the logistics concept of hydrocarbons' export is a special interest for our country, which always tends to increase its geopolitical and economic influence in world economy. Development of oil production in the region of the Far North, first of all, on the shelf of the Arctic seas, requires the changes in logistics. International Logistics gas delivery system focused on three major regional markets: European, East Asian and North American. Russia has a leading position in the European market

Key words: logistics delivery system of hydrocarbons, oil and gas resources, the international gas markets

Pavlova Elena Ivanovna

Candidate of Economic Sciences, Professor
Moscow state university for railway engineering
Moscow, Obraztsova st., 9

Azdravina Anna Leonidovna

Master
Moscow state university for railway engineering
Moscow, Obraztsova st., 9

Логистическая система топливно-энергетического комплекса включает геологоразведку, бурение, добычу, переработку, распределение нефтепродуктов. Для нее характерно множество входных и выходных параметров, по которым ведется постоянный контроль физико-химических свойств нефти и нефтепродуктов, а также экономических и технико-эксплуатационных показателей работы системы.

Целью создания логистической системы является минимизация суммарных издержек на всем пути движения материального потока от производителя к потребителю. В этой связи логистическая система добычи, переработки и поставки нефтегазовой продукции на мировой рынок нацелена на максимальную экономию затрат при экспорте и нефтепродуктообеспечении потребителей. Реализация логистической концепции при доставке углеводородов представляет особый интерес для нашей страны.

Россия располагает крупнейшими в мире запасами углеводородов, в первую очередь, такими как природный газ, нефть, уголь, железная руда. Доказанные запасы природного газа в России составляют 47 трлн. куб. м, или около 26 % мировых запасов. Большая часть запасов – 74,6 % находится в Западной Сибири, 16,1 % – в европейской части России (в частности, месторождения Баренцева моря) и 9,3 % – в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке.

На мировом рынке природного газа Россия играет заметную роль. Обеспечивая в настоящее время около 35 % мирового экспорта [2], Россия имеет возможность влиять на конъюнктуру рынка, расширять экспорт газа и внедряться в распределительные сети, а также участвовать в сопутствующих производствах (электроэнергетика, промышленная переработка газа и так далее).

По запасам нефти Россия находится на седьмом месте в мире. Суммарные прогнозные нефтяные ресурсы страны оцениваются в 62,7 млрд т. Большая часть этих ресурсов сосредоточена в восточных и северных районах страны, а также на шельфах арктических и дальневосточных морей [3].

Для логистических систем доставки российской нефти и газа в зарубежные страны большое значение имеет быстрота реакции на изменения рынка, а также учет воздействия различных факторов внешней среды.

В нефтегазовом секторе России большое значение имеют политический и экономический факторы.

Увеличение нефтедобычи в США, последние договоренности между Кувейтом и Саудовской Аравией о размораживании добычи нефти на совместных месторождениях, политика стран-членов ОПЕК, в распоряжении которых находится более 3/4 мировых достоверных запасов нефти, вызывают понижение стоимости нефти на мировом рынке.

В современных реалиях нестабильности мировой экономики важнейшим фактором становится колебание цен на нефть. В связи с этим обсуждается необходимость подготовки специалистов в сфере нефтегазотрейдинга и логистики, которые компетентны в использовании на практике методов прогнозирования и определения цен на нефтепродукты, а также в организации транспортировки и хранения нефти с применением современных логистических технологий. Такие специалисты должны проводить аналитические расчеты нефтяного рынка и его отдельных сегментов, а также управлять материальными потоками на макро- и микроуровнях [6].

В отечественной практике логистические цепи по доставке нефти и газа на экспорт строят в основном с применением трубопроводного транспорта до границ России, где осуществляется их продажа. Зарубежная составляющая цепи

поставки товара до потребителей ориентирована либо на дальнейшее использование трубопроводного транспорта до потребителя, либо на морскую транспортировку в российских или иностранных танкерах.

Растущее быстрыми темпами освоение нефтедобычи в районах Крайнего Севера, в первую очередь, на шельфе арктических морей, требует изменений в логистике: могут быть использованы подводные трубопроводы для доставки нефти на морской погрузочный терминал или на берег и далее до врезки в существующую транспортную сеть магистральных нефтепроводов.

Предполагается строительство нефтеналивных судов с высокой ледовой прочностью и энерговооруженностью, предназначенных специально для арктических условий, грузоподъемностью не менее 50 тыс. тонн; судов-ледоколов, а также танкеров ледового класса и плавучих нефтехранилищ. Это расширит возможности экспорта углеводородов, особенно в зимний период.

Оптимизация схем доставки продукции нефтегазовой отрасли в условиях Арктики имеет особую значимость, поскольку сбои в работе транспорта могут привести к переполнению нефтехранилищ и последующей остановке нефтедобычи, а также к негативным последствиям для окружающей природной среды, которая в Арктике особенно уязвима. Большие потери происходят от испарения нефтепродуктов. По оценкам отечественных специалистов, в России только за год эти потери составляют более 100 тыс. т. Например, при емкости наземного резервуара 1000 м³ потери нефтепродуктов в Северной зоне составляют около 36,4 т в год [5].

Морская перевалка нефти из плавучих нефтехранилищ или нефтеперевалочных комплексов создает угрозу экологической обстановке в регионе нефтедобычи как при обычных условиях функционирования, так и в аварийных ситуациях.

В логистических системах доставки углеводородов из РФ в зарубежные страны задействованы разные функциональные области логистики: логистика снабжения, логистика производства, логистика распределения, логистика запасов, транспортная логистика.

Основными потребителями арктической нефти в перспективе станут нефтеперерабатывающие заводы Западной Европы, в т. ч. Германии, Нидерландов, Бельгии, Польши, Чехии, Словакии и других стран.

Наряду с поставкой на экспорт нефти, развивается поставка газа за рубеж.

В настоящее время международные рынки газа носят ярко выраженный региональный характер. После завершения создания международных логистических систем доставки углеводородов (а именно газопроводных систем) на евразийском пространстве – между Алжиром и Западной Европой, а также Россией и Китаем – может сформироваться гигантский трансконтинентальный газовый рынок, охватывающий страны Европы, Азии и Северной Африки.

К началу нынешнего века полностью сформировались три крупных региональных рынка природного газа: Европейский, Восточно-Азиатский и Североамериканский. Цены на этих рынках существенно отличаются, что объясняется различиями в производственных расходах при добыче и транспортировке газа, а также регулированием цен внутреннего рынка.

Европейский рынок сбыта является для России наиболее приоритетным и перспективным. Для этого рынка характерна высокая степень интегрированности и монополизации в сфере транспортировки и сбыта газа конечным потребителям. В каждой из европейских стран имеется по одной газовой компании, которые играют ключевую роль в газоснабжении в пределах этих стран. Наиболее крупные из них вовлечены в логистическую систему газоснабжения в рамках европейского рынка, который в основном функционирует на основе долгосрочных контрактов.

В 2014 году с помощью усовершенствованной логистической системы доставки углеводородов в Европу было поставлено свыше 161,5 млрд. куб. м российского природного газа [2]. Сегодня можно говорить об увеличении поставок газа в Европу путем транспортировки ресурсов по газопроводу «Северный поток». Ранее планировалось, что в 2019 году будет произведён первый запуск логистической системы доставки с использованием трубопровода «Турецкий поток», проект которого уже находился в процессе реализации. Однако, в связи с уничтожением российского самолета Су-24 турецкими ВВС Россией было принято решение о прекращении работы над рядом проектов по инвестиционным и торговым соглашениям с Турцией, в том числе по «Турецкому потоку».

Среди внутриконтинентальных конкурентов России в Европе выделяются Нидерланды и – особенно – Норвегия, которая стремительно наращивает добычу газа и увеличивает его поставки на европейский рынок с помощью более унифицированной логистической системы доставки углеводородов. Экспорт норвежского газа получает поддержку со стороны крупных газораспределительных компаний стран ЕС, а также руководящих органов Евросоюза. Среди внерегиональных поставщиков природного газа на европейский рынок заметно усилилась роль Алжира, который перебрасывает «голубое топливо» по двум подводным газопроводам в Италию и Испанию с подключением к трансъевропейским газовым сетям. Кроме того, Алжир поставляет также сжиженный природный газ (СПГ) – с разгрузкой в средиземноморских портах европейских стран.

На **Восточно-Азиатском рынке** природного газа ожидается рост потребления российских энергоресурсов в связи с тем, что региональные запасы весьма ограничены, удовлетворение растущего спроса возможно только за счёт внешних поставок.

Восточно-Азиатский рынок газа состоит из двух частей. Это рынки Японии, потребляющей больше, чем остальные страны региона, вместе взятые, а также Южной Кореи, Тайваня, Сингапура и прочих. Внутренние рынки этих стран образуют так называемый дальневосточный рынок, обеспечиваемый за счёт местных и внешних источников. Кроме того, формируется ёмкий и перспективный рынок природного газа в Китае.

Существующая логистическая система доставки углеводородов позволяет осуществлять поставки в основном СПГ, рыночные параметры которого существенно отличаются от параметров обычного природного газа (в частности, в 2013 г. средняя экспортная цена на обычный газ составила \$0,342 за м³, а на сжиженный газ – \$209 за м³ [7]).

В феврале 2009 г. в рамках транспортно-логистического проекта «Сахалин-2» введен в эксплуатацию первый в России завод по производству СПГ. В этот год завод произвел 5,2 млн т СПГ, а в 2010 году вышел на проектную мощность – 9,6 млн т в год. В 2011 году компания произвела также около 10 млн. т СПГ. Основные объемы (свыше 60 %) отгружаются в Японию, поставки осуществляются также в Южную Корею, Индию, Кувейт, Китай и Тайвань [8].

Растущий спрос на природный газ в Китае, Южной Корее и Японии, а также наличие значительных ресурсов на Дальнем Востоке и в Восточной Сибири определяют целесообразность реализации проектов создания логистической системы доставки углеводородов по газопроводам в эти страны, а также возможность создания инфраструктуры по сжижению газа и его экспорта. По оценкам, приведённым в Энергетической стратегии России до 2030 года, доля стран АТР в экспорте российского газа, включая СПГ, может составить к концу рассматриваемого периода около 15 % [8].

На данный момент в России реализуется проект «Сила Сибири», направленный на расширение логистической системы доставки углеводородов РФ и создание необходимых транспортных коридоров, которые позволят организовать новый центр экспортных поставок российского газа, ориентированный на Азиатско-Тихоокеанский регион. Данный аспект будет расширять геополитические возможности стран-участниц за счет транзита минеральных продуктов.

Североамериканский рынок газа обеспечивается практически полностью за счёт внутренних источников, поскольку все страны региона обладают достаточными запасами газа. Основным поставщиком газа по трубопроводам является Канада. Экспорт российских энергоресурсов только начинает развиваться в рамках данного региона.

Итак, Россия располагает крупнейшими в мире запасами природного газа. Доказанные запасы России составляют 47 трлн. куб. м, или около 26 % мировых запасов природного газа.

К началу XXI века полностью сформировались три крупных региональных рынка природного газа: Европейский, Восточно-Азиатский и Североамериканский. Европейский рынок сбыта является для России наиболее приоритетным и перспективным, вследствие чего Россия занимает на нем лидирующие позиции, несмотря на наличие реальных и потенциальных конкурентов (таких как Норвегия, Алжир и Катар). Одной из главных проблем на этом рынке является то, что ЕС предпринимает усилия для снижения зависимости от российского газа путем увеличения объемов СПГ, который импортируется из стран Северной Америки. На Восточно-Азиатском рынке природного газа ожидается рост потребления российских энергоресурсов в связи с тем, что региональные запасы весьма ограничены, удовлетворение растущего спроса возможно только за счёт внешних поставок. Существенных проблем на этом рынке не найдено. На Североамериканском рынке значимость российских ресурсов только начинает развиваться, так как страны данного региона имеют возможность обеспечивать себя энергией за счет внутренних источников. Развитие логистических систем экспорта нефтепродуктов соответствует геополитическим интересам России.

Список используемых источников:

1. Жизнин С.З. Энергетическая дипломатия России: экономика политика, практика. М.: Ист Бук, 2005. С. 147-149.
2. Официальный сайт ОАО «Газпром». URL: <http://www.gazprom.ru>
3. Полезные ископаемые России. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1563304>
4. Прогноз развития энергетики мира и России до 2040 года. М.: ИНЭИ РАН, 2014.
5. Установки СЛФУ. URL: http://transgaz-holding.ru/ustanovki_slfu
6. Щербанин Ю.А. Нефтегазотрейдинг и логистика: подготовка кадров и некоторые проблемные вопросы // Газовая промышленность. 07/709/ 2014.
URL: http://gasoilpress.ru/gij/gij_detailed_work.php?GIJ_ELEMENT_ID=73243&WORK_ELEMENT_ID=73254
7. Экспорт природного газа из России. URL: <http://newsruss.ru/doc/index.php>
8. Энергетическая стратегия России на период до 2030 года. М.: Министерство энергетики России, 2003.
9. BP Statistical Review of World Energy 2014. London, 2014.
10. World Energy Outlook 2014. Paris: IEA / OECD, 2014. P.748.

© 2016, Павлова Е.И., Аздравина А.Л.

Логистические системы экспорта углеводородов РФ
на региональные рынки

© 2016, Pavlova E.I., Azdravina A.L.

Logistic systems of the Russian hydrocarbons's export
on the regional markets

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.259

Поступила (Received): 26.03.2016

Панькова М.К., Емелина С.А.
Управление финансовыми рисками

Pankova M.K., Emelina S.A.
Financial risk management

Данная статья посвящена управлению финансовыми рисками, рассмотрено понятие риск, структура процесса управления финансовыми рисками. Грамотная политика управления рисками увеличивает доходы предприятия, расширяет возможности предпринимательской деятельности и способствует выходу на международный уровень

Ключевые слова: управление финансовыми рисками, финансовые риски, рыночные операции, оценка рисков

This article focuses on financial risk management, consider the concept of risk, the structure of the financial risk management process. Competent risk management policy increases the income of the enterprise, expanding business opportunities and contributes to the international level

Key words: financial risk management, financial risk, market operations, risk assessment

Панькова Мария Константиновна
Студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

Pankova Marya Konstantinovna
Student

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenina ave., 30

Емелина Светлана Анатольевна
Студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

Emelina Svetlana Anatolievna
Student

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenina ave., 30

Как известно, любая предпринимательская деятельность всегда связана с неопределенностью. При этом наибольшую прибыль приносят именно те рыночные операции, которые связаны с повышенным риском. Непредсказуемость – это всегда элемент риска, в деятельности каждого предприятия, таким образом, следует рассчитать риск до максимально допустимого предела.

В Российской Федерации главную роль с развитием рыночных отношений, при смене экономических формаций, важную роль играет конкуренция. Необходимо внедрять новейшие технологические и технические решения для успешной деятельности и поддержания конкуренции, и все это непосредственно связано с риском. Для стабильного, конкурентоспособного развития предприятия нужно иметь систему управления финансовыми рисками в системе управления предприятия.

В научной литературе существует множество определений и согласно большинству из них риск – это возможность ущерба или наступление неблагоприятного исхода в результате действия внешних факторов в связи с осуществлением принятого решения. Также риск может пониматься как вероятность достижения большего результата, наступление выигрыша.

Процесс управления рисками организации осуществляется советом директоров, менеджерами, начинающийся при разработке стратегии которой придерживается предприятие и распространяется на всю деятельность предприятия. Так, например, чтобы достичь роста стоимости, руководством определяется стратегия и цель так, чтобы обеспечить оптимальное соотношение между прибыльностью и рисками предприятия.

Методология построения моделей для оценки рисков очень разнообразна: существует большое разнообразие экспертно-аналитических, вероятностно-статистических, финансово-математических моделей. Основная проблема таких моделей состоит в том, что они являются статичными. Динамические модели для научно-производственных предприятий носит прогнозный характер, и прогноз проводят для нескольких сценариев для создания экономически обоснованного рискованного выбора. В основе любого прогноза лежат статические данные. Система измеримых параметров задает объект исследования, по достоверным данным строится и проводится анализ динамики наблюдаемых параметров, а внешняя среда, действующая на предприятие, задается факторными переменными. В итоге построена экономико-математическая модель, по которой будет возможным получить прогноз состояния объекта который исследуется. Научно-производственным предприятиям требуется прогнозировать состояние рыночной среды для поддержания своей конкурентоспособности, и процесс принятия решения уже происходит «в условиях определенности».

Принятие решения для научно-производственных предприятий – это принятие некой модели экономического поведения на некоторый период. И пока последствия принятия данного решения фактически не подтверждены, возникает риск существенного отклонения от результатов, ожидаемых от экономической деятельности. Данный риск становится внутренним риском, и, следовательно, качество исполнения принятой модели зависит от внутренних производственных процессов.

Управление финансовыми рисками состоит из следующих этапов:

1. Определение уровня риска в соответствии со стратегией развития. На этапе выбора стратегической альтернативы при постановке цели руководство оценивает риск, на который может пойти предприятие.

2. Улучшение процесса по принятию решений по реагированию на возникающие риски. На данном этапе выбирается способ, который помогает определить, как реагировать на риск – сокращение риска, принятие риска или перераспределение риска.

3. Значительное уменьшение числа событий, которые являются непредвиденными и возможных потерь в хозяйственной деятельности. Предприятие выявляет потенциальные события и устанавливает соответствующие меры по их сокращению.

4. Определение и управление всей совокупностью рисков. Процесс управления рисками дает предприятию возможность более эффективно реагировать на различные воздействия рисков.

5. Использование благоприятных возможностей. Если руководство примет во внимание и вероятностные риски, то оно будет способно выявить все события, которые представляют потенциальные возможности, и будет их применять.

6. Использование капитала рационально. Руководство, имея более полную информацию о рисках, может более эффективно оценивать общие потребности в капитале и оптимально распределять и использовать его.

Область управления рисками – одна из самых значительных и важных областей управления предприятием, потому что риск является неизбежным фактором предпринимательской деятельности, следовательно, роль управления рисками в управлении увеличивается. Умение управлять рисками позволяет предприятию вести непрерывный бизнес и реагировать на появление новых видов риска.

Процесс управления рисками охватывает всю деятельность предприятия, и в зависимости от цели деятельности предприятия выделяют следующие виды рисков: стратегические, операционные, в области подготовки отчетности и соблюдения законодательства.

Таким образом, вопрос управления рисками предприятия занимает важное место в современном мире. Грамотная политика управления рисками увеличивает доходы предприятия, расширяет возможности предпринимательской деятельности и способствует выходу на международный уровень.

Список используемых источников:

1. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. М.: Финансы и статистика, 2007. 528 с.
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. М., 2002.
3. Галицкая С.В. Финансовый анализ. Финансовый менеджмент. Финансы предприятия. М.: Эксмо, 2008. 644 с.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.262

Поступила (Received): 26.03.2016

Панькова М.К., Маргович Е.А.
Конкурентная среда: методы исследования

Pankova M.K., Margovich E.A.
Competitive environment: research methods

Рынок в настоящее время основывается на конкуренции. Конкурируют между собой производители товаров и услуг, а также потребители. Благодаря этому потребитель получает более качественный товар, более низкую цену на одноименные товары

Ключевые слова: конкуренция, потребитель, конкурентная среда, угрозы, товарный рынок, стратегии

The market now is based on competition. Competing producers of goods and services, as well as consumers. Because of this the consumer gets a better product, a lower price for the same goods

Key words: competition, consumer, competitive environment, threats, product market, strategy

Панькова Мария Константиновна

Студент

*Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30*

Pankova Marya Konstantinovna

Student

*National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenina ave., 30*

Маргович Елизавета Андреевна

Студент

*Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30*

Margovich Elizaveta Andreevna

Student

*National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenina ave., 30*

На данный момент времени рынок основывается на конкуренции. Между собой могут конкурировать производители товаров и услуг, потребители. В связи с этим потребитель в итоге будет получать более качественный товар, низкую цену на одноименные товары. Конкурентная среда – это понятие, которое имеет множество определений. Важным считается то, что конкурентная среда – это можно сказать категория временная, которая находится под воздействием участников конкурентной борьбы. Конкурентная среда обеспечивает механизм конкуренции. Предприятию важно оценивать возможности конкурентов, которые неизвестны, предвидеть и анализировать действия, тем самым определяя степень возможной угрозы. Из этого следует сделать вывод о том что анализ конкурентной среды ставит следующие основные цели и задачи: определение к какому типу относится конкурентный рынок; выявление конкурентов, определение количества, размера и вида фирм конкурирующих между собой; расчета доли рынка, которую занимают конкуренты; характеристика направленности и интенсивности конкуренции; определение сильных и слабых

сторон, стратегии и оценка конкурентоспособности их товара конкурентов; прогнозирование и анализ показывающий поведение конкурента на рынке, его отношение к разным маркетинговым действиям. Чтобы отследить положение конкурента на рынке, существует особая методика, созданная Федеральной антимонопольной службой, которая представляет собой оценку и анализ конкурентной среды.

В соответствии с этой методикой оценка и анализ конкурентной среды на потребительском рынке включает этапы следующие:

- Выявление интервала исследования товарного рынка во временных рамках;
- Определение границ географических и продуктовых для товарного рынка;
- Численность предприятий, которые действуют на рынке;
- Расчет долей предприятий на рынке и объема товарного рынка;
- Определение концентрации товарного рынка по уровню;
- Определение того как можно войти на товарный рынок через барьеры;
- Разработка и написание аналитического отчета.

Исходной информацией при этом могут послужить:

- Данные статистической государственной отчетности, которые характеризуют деятельность предприятий;
- Полученные от налоговых, таможенных и других государственных органов сведения;
- Полученная информация от физических и юридических лиц;
- Проведение товароведческих экспертиз, выявление результатов, в итоге, заключение от специализированных организаций;
- Данные ведомственных и независимых центров и служб информации;
- Технические условия и другие нормативы;
- Обращения в антимонопольный орган физических и юридических лиц;
- Данные иных источников.

На основе проанализированных данных определяется оценка состояния конкурентной среды, на рынке товаров, для подготовки аналитического отчета. Самыми распространёнными методы анализа и оценки конкурентной среды являются SWOT – анализ и метод Портера. Метод, предложенный Майклом Портером, говорит о том, что для фирмы важно изучить ее конкурентное положение. М. Портер считал, что позицию фирмы в отрасли определяет конкурентное преимущество. В итоге, фирма становится лидером, с тем условием если имеет прочное конкурентное преимущество. Принято конкурентное преимущество делить на два вида: более низкие издержки и дифференциация товаров. Способность фирмы выпускать, продавать товар с меньшими затратами по сравнению с конкурентом называют низкими издержками. Дифференциация – способность обеспечения покупателя большей и уникальной ценностью в виде абсолютно нового качества товара, особых потребительских свойств, либо послепродажного обслуживания. Основным положением анализа конкурентной среды по методике Майкла Портера является реализация фирмой своего конкурентного преимущества на рынке, которое зависит не только от прямой конкуренции, но

и от других конкурентных сил. А именно от потенциальных конкурентов, от товаров-заменителей, от клиентов и от поставщиков. По Портеру целью проведение конкурентного анализа является идентификация благоприятных возможностей и угроз, с которыми часто сталкивается предприятие. Метод SWOT-анализа показывает сильные и слабые стороны предприятия, еще возможности и угрозы и показывает взаимосвязи между ними. SWOT – данная аббревиатура раскрывается из четырёх слов: S (силы), W (слабости), O (благоприятные возможности) и T (угрозы). Основной задачей SWOT – анализа считается выбор основных факторов, которые будут зачитываться при разработке самой стратегии. Исходя из этого анализ проводится по шести ключевым направлениям: продукт, процессы, покупатели, дистрибуция, финансы и администрирование. На основании выявленных факторов в ходе данного анализа далее принимаются стратегические решения. Классическим представлением информации является составление таблицы, где расписываются, и оцениваются сильные стороны в деятельности фирмы (S), ее слабые стороны (W), потенциальные благоприятные возможности (O) и внешние угрозы (T). На пересечении в таблице проставляется экспертная оценка в баллах. В итоге при формировании стратегии если сложить баллы по столбцам и строкам это покажет приоритетность учета того или иного фактора. Существенные ограничения существуют у SWOT-анализа: это лишь инструмент для структурирования уже имеющейся информации; ясных и четко сформулированных рекомендаций и конкретных ответов. SWOT – анализ наглядно помогает представить основные факторы, оценить различные события. SWOT-анализ кажется прост собой, но это предположение обманчиво, результаты анализа сильно зависят от полноты и качества исходной информации. Чтобы провести SWOT-анализ требуются эксперты с глубоким пониманием настоящего состояния и тенденций развития рынка, либо огромный объем работы по сбору и анализу первичной информации. При формировании таблицы допускаются следующие ошибки: потеря важных факторов или включение лишних.

Используются три основных метода для анализа и оценки конкурентной среды предприятия: методика, разработанная Федеральной антимонопольной службой, SWOT – анализ и модель конкурентных сил Портера.

Список используемых источников:

1. Актуальные проблемы экономики современной России. СПб.: ГУАП, 2007. 310 с.
2. Пармененков К.Н. Методы анализа состояния конкурентной среды на товарных рынках // Аудит и финансовый анализ.
3. Усик Н.И. Формирование конкурентной среды и конкурентная политика // Теоретическая экономика. № 4. 2012.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.265

Поступила (Received): 18.03.2016

Пархоменко О.В.
К вопросу о термине «инновационная деятельность»

Parkhomenko O.V.
Revisiting the term «innovation activity»

В статье рассматриваются существующие точки зрения на определение понятия «инновационная деятельность». Дано авторское определение понятия. Представлены позитивные и негативные факторы, оказывающие влияние на развитие инновационной деятельности российских предприятий

Ключевые слова: инновационная деятельность, субъект инновационной деятельности, факторы, стимулирующие инновационную деятельность на предприятии

In the article, the existing points of view on concept “innovation activity” are considered. The author’s definition of the concept is given. Positive and negative factors that influence the development of innovative activity of the Russian enterprises are described

Key words: innovation activity, innovation subject, the factors which are incent innovation activity in enterprise

Пархоменко Ольга Витальевна

Аспирант

Омский государственный университет им. М.Ф. Достоевского

г. Омск, ул. Нефтезаводская, 11

Parkhomenko Olga Vitalevna

Graduate

Omsk state university named M.F. Dostoevsky

Omsk, Neftzavodskaya st., 11

В соответствии с утвержденной Президентом Российской Федерации государственной программой «Развитие науки и технологии» на 2013 – 2020 годы [2, С. 8] дальнейшее социально-экономическое развитие страны возможно только за счет перехода на инновационный путь развития, главная роль в реализации которого отводится человеческому фактору. Одной из поставленных задач считается формирование у персонала организаций мотивации к инновационному типу поведения. Поэтому последнее десятилетие наблюдается повышенный интерес к инновационной проблематике со стороны научной общественности.

Анализ профильных научно-методических публикаций выявил дискуссионность такого основного понятия инновационной сферы как инновационная деятельность персонала. Наиболее частые варианты интерпретации термина инновационная деятельность в профильной литературе представлены в таблице 1.

Несмотря на множество трактовок, все они содержат схожие сущностные стороны понятия. Таким образом, инновационная деятельность – это вид деятельности, включающий в себя творческую и функциональную составляющую

деятельности; опирающийся на современные законченные научные исследования и разработки; направленный на повышение конкурентоспособности, создание и реализацию инноваций, с последующим их внедрением и эффективной реализацией на внутренних и внешних рынках.

**Таблица 1. Варианты интерпретации термина
«инновационная деятельность персонала»**

Сущностная сторона понятия	Конкретизирующая сторона понятия	Литературный источник
Процесс	связанный с созданием, освоением и распространением инновации.	[12, С. 300]
	направленный на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно – исследовательских достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки.	[4, С. 226]
	преобразования результатов научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, или в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности.	[5, С. 265]
	создания нового продукта, новой технологии или услуги на основе результатов научных исследований с целью получения конкурентных преимуществ при реализации производимой продукции, работ и услуг на рынках.	[8, С. 5]
	направленный на реализацию результатов исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новой или усовершенствованной технологии, используемой в практической деятельности	[6]
Деятельность	направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества выпускаемой продукции (товаров, услуг), совершенствования технологии их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутренних и зарубежных рынках.	[10, С. 8]
	связанная с капитальными вложениями в инновации.	[10, С. 8]
Совместная деятельность	множества участников рынка в едином инновационном процессе с целью создания и реализации инновации.	[3, С. 14]
Труд (определенное занятие)	направленный на создание инноваций, который является составной частью инновационного процесса.	[1, С. 41]
Система действий и мероприятий	направленных на осуществление новой идеи не только в производственной, но и управленческой, социальной и других сферах с одновременной ее коммерциализации.	[11, С.14]

Развитие инновационной деятельности зависит от общего инновационного климата, на который влияют: политическая стабильность и предсказуемость экономики; макроэкономическая деятельность государства; корпорационный уровень и прозрачность правил игры; качество и стабильность налоговой системы; развитость инфраструктуры рынка; компетентность персонала. И включает в себя выявление проблем предприятия; осуществление инновационного процесса; организацию инновационной деятельности.

Согласно позиции В.В. Жарикова, субъектами инновационной деятельности выступают юридические лица независимо от организационно-правовой формы и формы собственности, физические лица Российской Федерации, иностранные организации и граждане, а также лица без гражданства, участвующие в инновационной деятельности. Права субъектов гарантируются Конституцией Российской Федерации. Среди субъектов могут быть и инноваторы. Инноватор – автор инновации (открытия, изобретения, полезной модели, проектного решения, рацпредложения, ноу-хау, промышленного образца или иного вида инновации) [10, С. 10].

По мнению Н.Н. Саксиной, ведение инновационной деятельности организацией призвано обеспечить достижения стратегических целей:

- интенсивное развитие,
- повышение эффективности,
- удержание лидирующей позиции на рынке,
- получение конкурентных преимуществ,
- выживание в долгосрочной перспективе [7, С. 220].

В работах российских ученых обозначены факторы, которые оказывают влияние на инновационную деятельность, одновременно на активность и эффективность управления инновационной деятельностью российских предприятий в нашей стране.

Среди факторов, стимулирующих инновационную деятельность предприятий, выделяют:

- наличие резерва, включающего финансовые, материальные и технические средства, прогрессивные технологии, необходимые в хозяйственной и научно-технической инфраструктуре;
- законодательные меры (в частности, льготы), государственная поддержка инноваций;
- нематериальное поощрение участников инновационного процесса, предоставление возможностей самореализации, позитивный психологический климат в трудовом коллективе и т.д.;
- гибкость организационной структуры, демократичный стиль руководства, преобладание горизонтальных потоков информации, децентрализация, автономия, формирование целевых рабочих групп.

К отрицательным факторам, препятствующим развитию инновационной деятельности российских предприятий относятся:

- дефицит средств, за счёт которых должно осуществляться финансирование инновационных проектов, низкий уровень материальной и научно-технической базы, отсутствие резервов, доминирование требований текущего производства;

– законодательные ограничения (налоговые, амортизационные, патентно-лицензионные и т.д.);

– сопротивления переменам;

– излишняя централизация, авторитарный стиль управления, преобладание вертикальных потоков информации, ориентация на сложившиеся рынки, ориентация на краткосрочные финансовые результаты.

Согласно точки зрения А.А. Трифиловой, на развитие инновационной деятельности многих предприятий оказала влияние также система стимулирования труда работников, занятых разработкой и внедрением инноваций. Мотивы и стимулы являются одним из основных факторов воздействия, которые руководители применяют для реализации поставленных целей и осуществления миссии своих предприятий, а также для управления инновациями. Результаты инновационной деятельности во многом зависят и от правильно выбранной формы стимулирования [9, с. 265].

Таким образом, стимулирование инновационной деятельности и становление отечественной инновационной инфраструктуры связаны не только с внутренними элементами предприятий (мотивами, стимулами, стилем руководства и т.д.), но и с решением задач регулирования инновационной деятельности на уровне государства.

Список используемых источников:

1. Асаул А.Н., Асаул В.В., Асаул Н.А., Фалтин-ский Р.А. Введение в инноватику. Спб: АНО ИПЭВ, 2010. 280 с.
2. Государственная программа Российской Федерации «Развитие науки и технологий» на 2013 – 2020 годы // Наука и право. URL: <http://elementy.ru/Library9/p301.htm>
3. Дорофеев В.Д., Дресвянников В.А. Инновационный менеджмент. Пенза: Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2003. 189 с.
4. Евтушенко Е.В. Экономика нефтеперерабатывающей и нефтехимической промышленности. Уфа: Нефтегазовое дело, 2007. 310 с.
5. Иванов И.Н. Организация производства на промышленных предприятиях. М.: ИНФРА-М, 2008. 352 с.
6. Постановление Правительства РФ от 24 июня 1998г. №832 «О концепции инновационной политики РФ на 1998 – 2000 годы». URL: <http://base.garant.ru/179112/>
7. Саксина Н.Н., Бабенко С.А. Активность персонала как фактор инновационной деятельности предприятия // Perspective of Science and Education. 2013. №5. С. 219-223.
8. Сергеев В.А., Кипчарская Е.В., Подымало Д.К. Основы инновационного проектирования. Ульяновск: УлГТУ, 2010. 246 с.
9. Трифилова А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия. М.: Финансы и статистика, 2005. 304 с.
10. Жариков В.В., Однолько В.Г., Евсейчев А.И. Управление инновационными процессами. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. унта., 2009. 180 с.
11. Шляпникова Н.В. Теория инновационного управления социально-экономическим развитием муниципального образования: автореф. дис. Канд. Экон. Наук. Екатеринбург, 2002. С. 14.
12. Дунаев В.Ф., Шпаков В.А., Епифанова Н.П., Линдин В.Н. Экономика предприятий нефтяной и газовой промышленности. М.: Нефть и газ, 2006. 352 с.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.269

Поступила (Received): 28.03.2016

Пестов А.В.
Ипотечное кредитование в России

Pestov A.V.
Mortgage lending in Russia

Рассматриваются основные вопросы ипотечного кредитования в российской экономике.

Описываются для чего нужна ипотека, правила оформления кредита на жилье, основные проблемы связанные с развитием ипотеки в отечественной экономике. Также написано о правах заёмщика, продавца и кредитора и сделан краткий вывод на данную тематику

Ключевые слова: ипотека, кредитование, экономика

Examines the main issues of mortgage lending in the Russian economy. Explains why need a mortgage, the rules of the loan on housing, the main problems associated with the development of mortgages in the domestic economy. Also written on the rights of the borrower, the seller and the lender and made a brief conclusion on this subject

Key words: mortgage, lending, economy

Пестов Александр Вячеславович

Студент

Казанский государственный энергетический университет

г. Казань, ул. Красносельская, 51

Pestov Alexandr Vyacheslavovich

Student

Kazan state energy university

Kazan, Krasnoselskaya st., 51

Ипотека является отягощением имущественных прав собственности на недвижимый объект. Широкая трактовка этого термина рассматривает ее как метод получения займа под залог недвижимости, а также как метод получения займа для приобретения недвижимости. Ипотека является более надежным способом покупки недвижимого объекта, если сравнивать с долевым строительством или вкладом в строительный кооператив. Ведь она предполагает передачу денежных средств непосредственно продавцу недвижимости, а не третьим лицам (владельцам кооператива, застройщикам). Более того, сделка тщательным образом проходит юридическую проверку со стороны банковской структуры, предоставляющей кредит. Как вид кредитования, ипотека на территорию России пришла из экономик западных стран. С экономической точки зрения, зародилась она по причине наличия большого количества частной собственности. Цель данного вида кредитования – обеспечить имуществом тех граждан, которые в этом нуждаются, но ввиду различных причин самостоятельно приобрести жилье не имеют возможности.

При ипотечном кредитовании заемщик получает денежные средства на покупку недвижимого объекта или реализацию других задач. Его обязательство перед кредитором – погашение долга. Заемщик вправе приобретать и закладывать не только жилую недвижимость, но и другие объекты: автомобиль, яхту,

землю и пр. Недвижимый объект, приобретенный в рамках ипотеки, является собственностью кредитора до полного погашения кредита должником.

Сферой ипотечного кредита охвачены многие секторы экономики [1]:

- потребительский;
- аграрный;
- производственный.

Повсеместное использование кредита – неотъемлемое условие нормального функционирования экономики каждой страны. Это является невозможным без обеспечения интересов кредитора. Эффективно упомянутые интересы могут быть защищены с помощью недвижимости. Оформление кредита на жилье – это процедура, подразумевающая несколько этапов. Это и сбор документов, и прохождение кредитной комиссии финансового учреждения, и поиск недвижимого объекта, его оценка, страхование, и заключение договора.

Участники ипотечного кредитования:

1. Заемщик. Это физическое лицо, гражданин Российской Федерации, который заключил кредитный договор с банком или юридическим лицом, то есть, некредитной организацией. Согласно условиям договора, кредитные средства могут использоваться для приобретения жилья.

2. Продавец. Это физическое и юридическое лицо, реализующие недвижимость жилого типа, которая пребывает в его собственности или принадлежит другому юридическому и физическому лицу, согласно его поручению.

3. Кредитор. Это банк и другое юридическое лицо, предоставляющее в установленном законом порядке ипотечные кредиты.

Ипотеки на покупку жилья предоставляются на срок от 3 до 15 лет. Чем более длительный срок погашения долга, тем меньше размер ежемесячных платежей для заемщика. Размер кредита составляет 60-70% от рыночной цены приобретаемой недвижимости. Заемщик, согласно условиям, должен внести первоначальный взнос – 30-40% от стоимости жилья за счет личных денежных средств [2].

Сегодня, развитию системы ипотечного кредитования в России препятствуют следующие проблемы [3]:

- Экономические.

Финансово-кредитный рынок, составляющим которого является рынок ипотечных ценных бумаг, является нестабильным. Предложение жилья ограничено, поэтому его стоимость увеличивается.

- Юридические.

Нормативно-законодательная база, которая регулирует механизмы и процессы ипотечного кредитования, является несовершенной. Права собственности на жилье и права потребителей, инвестирующих средства в возведение и приобретение жилья, недостаточно защищены.

- Организационные.

Инфраструктура рынка ипотечных жилых кредитов неразвита. Механизм взаимодействия потенциальных заемщиков с участниками ипотечного рынка несовершенен. Между участниками рынка часто возникают противоречия.

Перспективы развития ипотеки связаны с общемировым состоянием экономики и наступившим кризисом. Согласно мнению специалистов, шансы развития ипотечного кредитования в России очень высоки, есть все возможности сделать его доступным более широкому кругу населения государства.

В настоящее время, по причине общемирового экономического кризиса, развитие ипотеки остановлено и даже отброшено назад. Как только население поймет, что кризис отступил, эксперты предвидят увеличение экономических показателей развития.

Если на рынок не будут оказывать воздействие различные негативные факторы, то ипотека в России имеет большой потенциал роста. Согласно экспертным оценкам сегодня, в стране ощущается недостаток недвижимости в долях, приходящейся на одного человека [4]. Среди населения спрос на жилье высок, пусть он и не является платежеспособным, но факт остается фактом.

Список используемых источников:

1. Головина О.Л. Ипотека в России. М.: Юристъ, 2005. С. 25.
2. Шлычков В.В. Об отдельных аспектах процесса модернизации российской экономики // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 1. С. 78-82.
3. Будаков Д.Ю. Проблемы ипотечного кредитования // Деньги и кредит. 2004. № 9. С. 18-20.
4. Батайкин П.А. Трансформация российской экономики в современных условиях // Сегодня и завтра Российской экономики. 2012. № 55. С. 46-49.

© 2016, Пестов А.В.

Ипотечное кредитование в России

© 2016, Pestov A.V.

Mortgage lending in Russia

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.272

Поступила (Received): 24.03.2016

Плотников П.А.
Мировая борьба за рынок нефти в 2016 году

Plotnikov P.A.
The world struggle for oil market in 2016

В современном мире нефть – ключевой топливно-энергетический ресурс, основа деятельности крупных производственных комплексов, транспорта, жилищно-коммунального сектора.

Нефть – не только топливо, но и актив, стоимость которого связана со сложными финансовыми процессами. Значительное влияние на мировой рынок нефти оказывают геополитические процессы, инициированные государствами, занимающими выгодное экономическое и географическое положение в том или ином регионе или мире в целом

Ключевые слова: нефть, нефтяная отрасль, Россия, США, страны Персидского залива

Плотников Павел Александрович

Бакалавр

Пермский государственный национальный исследовательский университет

г. Пермь, ул. Букирева, 15

Oil in the modern world is a fuel and energy resources, the basis of the large production complexes, transport, housing and communal sector. Oil is not only fuel, but also an asset, the value of which is associated with complex financial processes. A significant impact on the world oil market geopolitical processes initiated by states, occupying an advantageous economic and geographical in the region or the world as a whole

Key words: oil, oil industry, Russia, USA, Gulf countries

Plotnikov Pavel Aleksandrovich

Bachelor

Perm state university

Perm, Bukireva st., 15

Мировой рынок нефти является одним из самых нестабильных среди всех рынков. Для прогнозирования поведения динамики цен на нефть и примерного его предсказания необходимо учитывать множество факторов. Как будет выглядеть мировой рынок нефти в 2016 году? Конец 2015 года завершается потрясениями в нефтяной отрасли. Рынок переполнен предложениями, баррель практически опустился в цене до 35 долларов, США в ближайшее время могут принять окончательное решение об отмене 40 – летнего эмбарго на экспорт нефти, а геополитические противоборства все больше вызывают неопределенность.

Как отмечает вице – председатель консалтинговой компании «IHS CERA» Д. Йергин, отмена запрета на экспорт нефти из США, возможно, станет частью всестороннего пакета законопроектов о налогообложении и бюджетных расходов, над которым продолжает работать Американский Конгресс, и который намерены подписать в Администрации президента США. Отмена экспортного эмбарго станет ключевым шагом для американской сырой нефти, отражающим новую реальность – сланцевую революцию в США и влияние этого процесса на

мировые рынки. Таким образом, США вошли в «большую тройку» нефтедобывающих стран наряду с Саудовской Аравией и Россией, о чем еще несколько лет назад невозможно было даже подумать [1].

Сторонниками отмены экспортного эмбарго американской нефти являются Европейский союз (ЕС) и Япония. Не то, чтобы они рассчитывают на значительные поставки из США, вероятнее всего экспорт американской нефти позволит еще больше диверсифицировать мировой рынок, что будет способствовать повышению их энергетической безопасности. Кроме того страны Персидского залива во главе с Саудовской Аравией утверждают, что готовы рассмотреть вопрос о сокращении добычи, но только в том случае, если то же самое сделают остальные нефтедобытчики. Однако особых признаков того, что это будет происходить, пока не наблюдается. Один из основателей ОПЕК – Венесуэла выступает против стратегии сохранения доли рынка и активно призывает сократить добычу. Но у социалистического правительства президента Венесуэлы Николаса Мадуро, которое недавно потерпело поражение на парламентских выборах из-за значительных просчетов в управлении экономикой, нет возможностей сократить добычу.

Иран находится среди тех, кто призывает соседние арабские страны сократить нефтедобычу, однако при этом он делает все возможное, чтобы как можно быстрее увеличить объемы своего экспорта, как только отменят санкции. Разумеется, страны Персидского залива уступать лидирующее место Ирану, сокращая добычу нефти, не хотят, тем более они ведут с ним гибридную войну в Йемене. Это подчеркивает еще один важный момент: вопросы борьбы за долю на нефтяном рынке отражают ближневосточное геополитическое противостояние.

Министр нефти Биджан Намдар Зангане заявил, что Иран закладывает в свой бюджет в 2016-2017 годах цену на нефть на уровне 40 долларов за баррель. В Иране есть разные сорта нефти: в основном, он экспортирует тяжелую нефть; но есть и легкие сорта иранской нефти, которые идут на нефтеперерабатывающие заводы, проложенные вдоль Персидского залива. Министр также отметил, что очень важно, чтобы все нефтедобывающие страны согласовывали свои действия на мировом рынке. Россия и Иран будут кооперироваться по решению нефтяных вопросов. Подобные действия позволят избежать сегодняшних колебаний, которые и определяют цену на нефть.

Лидирует в мировой добыче нефти Россия (534, 081 млн. тонн 2015 год), которая является крупнейшим производителем нефти в мире. За последние полгода в Россию приезжало много высокопоставленных делегатов из стран Персидского залива [2]. Без всякого сомнения, одним из вопросов, которые они обсуждали, был нефтяной вопрос, хотя Россия неоднократно заявляла, что сокращать добычу не намерена. Вероятнее всего, эти визиты свидетельствуют об изменении геополитического баланса, стремлении наладить новые связи с Россией.

Страны Персидского залива реагируют на договоренность по ядерному соглашению с Ираном, и это они воспринимают как улучшение отношений между

США и их главным противником. Они считают, что Иран намеревается в конечном итоге окружить их и стать региональной державой. Для стран Персидского залива война в Йемене направлена, прежде всего на то, чтобы не допустить создание Ираном протектората на южной границе Саудовской Аравии.

В отличие от России и Саудовской Аравии добыча нефти в США сокращается. С 2008 года по апрель 2015 года они увеличили добычу на 4, 6 миллиона баррелей в день, то есть, примерно вдвое. Однако когда цена на нефть опустилась до уровня ниже 40 долларов за баррель, то производителям сложно адаптироваться к ситуации и просто выжить. С апреля суточная добыча в США сократилась на 0, 4 миллиона баррелей. И, возможно, что в 2016 году она может составить в среднем, около 8, 8 миллиона против 9, 3 миллионов по итогам 2015 года [3].

Мировой спрос на нефть, тем не менее растет: в 2015 году он вырос вдвое по сравнению с показателями прошлого года. В США доля внедорожников и пикапов выросла до 60% от продаж, тогда как три года назад была менее 50%. По данным Федерального управления шоссейных дорог, в 2016 году американские водители проедут больше километров, чем когда-либо до этого. При столь низких ценах на нефть не стоит ожидать, что в ближайшем будущем эта тенденция скоро изменится.

Хотя обвал цен на нефть можно объяснить и специфическими причинами, его также следует рассматривать как часть общего тренда в сторону снижения сырьевых цен. Индекс цен на сырье, отражающий динамику цен на сырьевые товары, включая энергоресурсы, упал с июля 2014 года на 55%. Основной причиной этого падения стало замедление экономики Китая, которая до этого стимулировала суперцикл сырьевых войн. Важными факторами стали также избыток предложения на сырьевых рынках и снижение темпов роста мировой экономики.

Ожидания роста цен на нефть в ближайшем будущем теперь уже не так оправданы, если учесть наличие по-прежнему увеличивающихся мировых запасов нефти, которые в какой-то момент выплеснутся обратно на рынок. Однако самый важный вопрос на 2016 год, стоящий перед рынком, связан с Ираном. Когда и в каких объемах он начнет увеличивать экспорт? Тегеран намерен действовать быстро и решительно, чтобы вернуть потерянную долю рынка, а не защищать цены. Начать наращивать поставки Иран сможет только тогда, когда будет реализовано соглашение по ядерной программе и отмене санкций. Приход дополнительной иранской нефти рынок, если он все-таки произойдет, будет означать еще больший рост предложения и новый этап в борьбе за долю мирового нефтяного рынка. Ход этой борьбы будут определять цены на нефть и результаты геополитического противостояния в Персидском заливе.

Таким образом, цена нефти, которую мы сегодня имеем, ниже 41 доллара за баррель на 24 марта 2016 года, только частично отражает ее стоимость как мирового товара на основе фактического спроса и предложения. Остальные факторы включают в себя: результаты политических событий и словесные интервенции, и реакции трейдеров на многочисленные сигналы, которыми определяются нефтяные фьючерсы. Влияние субъективных факторов оказывается

значительно более сильным, чем фундаментальных. Сегодняшняя цена нефти – это цена совокупности мнений о цене нефти.

Список используемых источников:

1. URL: <https://www.ihs.com/industry/oil-gas.html>
2. URL: www.interfax.ru/business/459552
3. URL: www.vestifinance.ru/articles/63992

© 2016, Плотников П.А.

Мировая борьба за рынок нефти в 2016 году

© 2016, Plotnikov P.A.

The world struggle for oil market in 2016

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.276

Поступила (Received): 01.03.2016

Позднякова Т.Н., Кувшинова М.В.
Разработка методологических подходов в оценке конкурентоспособности медицинской техники

Pozdnyakova T.N., Kuvshinova M.V.
Working out of methodological approaches in an estimation of competitiveness of iatrotechnics

Статья посвящена разработке методологических подходов в оценке конкурентоспособности медицинской техники. Предложена методика оценки конкурентоспособности медицинской техники, которая позволяет избежать недостатков, выявленных в существующих методах и основана на комплексном анализе технических, нормативных, эргономических и стоимостных показателей

Ключевые слова: конкурентоспособность, медицинская техника, модель, показатели конкурентоспособности

Article is devoted working out of methodological approaches in an estimation of competitiveness of iatrotechnics. The technique of an estimation of competitiveness of iatrotechnics which allows to avoid the lacks revealed in existing methods is offered and based on the complex analysis technical, standard, ergonomic and cost indexes

Key words: competitiveness, iatrotechnics, model, competitiveness indicators

Позднякова Татьяна Николаевна

Кандидат сельскохозяйственных наук, доцент
Пензенский государственный технологический университет

г. Пенза, проезд Байдукова/ул. Гагарина, 1 А/11

Pozdnyakov Tatyana Nikolaevna

Candidate of Agricultural Sciences, Associate Professor

Penza state technological university

Penza, Bajdukova pass./Gagarin st., 1 A/11

Кувшинова Маргарита Вячеславовна

Магистрант

Пензенский государственный технологический университет

г. Пенза, проезд Байдукова/ул. Гагарина, 1 А/11

Kuvshinova Margarita Vjacheslavovna

Master

Penza state technological university

Penza, Bajdukova pass./Gagarin st., 1 A/11

Переход к рыночным формам социально-экономических отношений привёл к бурному развитию коммерческого сектора здравоохранения, что усилило конкуренцию оказываемых ими услуг [1]. Высокое качество обслуживания пациентов во многом определяется использованием современного, качественного и высокотехнологического медицинского оборудования. Поэтому в рыночных условиях экономики у медицинских клиник периодически возникает необходимость в выявлении конкурентоспособных преимуществ новой медицинской техники (МТ) [2]. В связи с этим, тема нашей работы представляется как актуальная.

Проблема оценки конкурентоспособности медицинской техники является сложной и комплексной, т.к. конкурентоспособность складывается из множества факторов. По нашему мнению *конкурентоспособность МТ* – это способность товара быть привлекательной на рынке (удовлетворять требования пациентов), благодаря более высоким медико-техническим, экономическим, эстетическим и эргономическим показателям, чем товары-конкуренты.

В настоящее время существует достаточно большое количество методов оценки конкурентоспособности продукции, приведём некоторые из них:

- дифференциальный (основывается на использовании единичных параметров анализируемой продукции и базы сравнения и их сопоставление);
- комплексный (основывается на применении комплексных показателей и сопоставлении удельных полезных эффектов анализируемой продукции и образца);
- смешанный (представляет собой сочетание дифференциального и комплексного методов);
- графический (проводится путём сравнения площадей неправильных многоугольников, вершины которых соответствуют значениям показателей качества для каждого варианта продукции) и т.д.

Существующие методы основываются в основном на оценке технических и стоимостных показателей и не учитывают особенностей медицинской техники как особого вида товара, который должен отвечать высоким требованиям качества и безопасности, т.к. от этого зависит жизнь и здоровье людей. Медицинская техника должна быть безопасна для врачей, пациентов, инженеров, которые её ремонтируют [3].

Нами была разработана методика оценки конкурентоспособности МТ, которая позволяет избежать недостатков, выявленных в существующих методах и основывается на комплексной оценке технических, нормативных, эргономических и стоимостных показателей.

Разработанная методика включает в себя следующие этапы:

Первый этап: Выбор наиболее важных показателей конкурентоспособности медицинского оборудования (для каждого конкретного вида оборудования). Для этого проводится опрос экспертов из числа высококвалифицированных специалистов, обладающих глубокими знаниями и опытом в области медицины и инженерии. К наиболее важным параметрам относятся:

- нормативные (патентная чистота, соответствие стандартам и нормам, прочие) если хотя бы один из нормативных параметров равен 0 (т.е. МТ по какому-либо параметру не соответствует обязательной норме), то проводить дальнейшую оценку конкурентоспособности нецелесообразно;
- медико-технические (производительность, чувствительность, разрешающая способность, быстродействие, надёжность и т.д.);
- экономические (цена оборудования, стоимость доставки, стоимость монтажа, заработная плата персонала и т.д.);
- специальные (единичные, комплексные, интегральные),

В результате формируется «идеальная модель», которая призвана удовлетворять перспективные потребности рынка на 100%;

Второй этап: Расчёт значимости параметров и выбор идеального значения. Сумма всех коэффициентов должна быть равна. Значение весовых коэффициентов устанавливается в зависимости от важности параметра. Расчёт весовых коэффициентов производится по формуле 1.

$$K_i = \frac{k_i y_i}{\sum_{i=1}^n k_i y_i}, \quad (1)$$

где k_i – коэффициент важности параметров:

для параметров первой группы (наиболее важные параметры) $k_i = 2$;

для параметров второй группы (параметры средней важности) $k_i = 1,5$;

для параметров третьей группы (менее важные параметры) $k_i = 1$;

Третий этап: Определение относительных параметров качества и конкурентоспособности. Расчёт производится по формуле 2.

$$J_{\text{отн.}} = \sum_{i=1}^n K_i N_{\text{от.}}, \quad (2)$$

где K_i – коэффициент значимости конкретного параметра;

$N_{\text{от.}}$ – значение i -го параметра оцениваемой модели.

Индекс экономических параметров рассчитывается по формуле 3.

$$J_{\text{э.п.}} = C_{\text{п.оц.}} / C_{\text{п.ид.мод.}}, \quad (3)$$

где $C_{\text{п.оц.}}$ – цена потребления оцениваемой модели, руб.;

$C_{\text{п.ид.мод.}}$ – цена потребления идеальной модели, руб.

Четвёртый этап: Определение относительного параметра качества. Расчёт производится по формуле 4:

$$g_i = J_{\text{отн.}} / J_{\text{ид.мод.}}, \quad (4)$$

где g_i – относительный параметр качества,

$J_{\text{отн.}}$ – значение параметра оцениваемой модели,

$J_{\text{ид.мод.}}$ – значение параметра идеальной модели

Пятый этап: Расчёт индекса медико-технических параметров качества и конкурентоспособности, который определяется как сумма частных показателей, взвешенных по значимости параметра (формула 5).

$$J_{\text{м-т.п.}} = \sum_{i=1}^n K_i g_i, \quad (5)$$

Шестой этап: Расчёт интегрального показателя конкурентоспособности МТ. Расчёт проводится по формуле 6.

$$K_{\text{ип}} = J_{\text{м-т.п.}} / J_{\text{э.п.}} \quad (6)$$

Наиболее конкурентоспособным является медицинская техника, у которого данный показатель является наибольшим.

Предложенная нами методика оценки конкурентоспособности МТ позволит медицинским учреждениям среди большого разнообразия выбирать наиболее качественное оборудование по оптимальной цене.

Список используемых источников:

1. Позднякова Т.Н. Исследование рынка платных медицинских услуг г. Пензы // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. Пенза: Пенз ГТУ, 2013. № 09 (13). Т. 2. С. 133-138.
2. Позднякова Т.Н., Трущинская Е.В. Методика оценки конкурентоспособности медицинской техники // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. Пенза: Пенз ГТУ, 2015. № 1 (23). Т. 2. С. 309-315.

3. Позднякова Т.Н., Гапиенко Т.О., Кувшинова М.В. К вопросу управления качеством на предприятиях по техническому обслуживанию и ремонту медицинской техники // Современные информационные технологии в управлении качеством. Пенза, 2014. С. 75-78.

© 2016, Позднякова Т.Н., Кувшинова М.В.

Разработка методологических подходов в оценке конкурентоспособности медицинской техники

© 2016, Pozdnyakova T.N., Kuvshinova M.V.

Working out of methodological approaches in an estimation of competitiveness of iatrotechnics

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.280

Поступила (Received): 24.03.2016

Ремесло Б.Б., Ткаченко С.Н.
Общие принципы настройки и оформления
сообщества в социальной сети ВКонтакте
для дальнейшего SMM продвижения

Remeslo B.B., Tkachenko S.N.
The General principles of configuration and design community
in social network Vkontakte for further SMM promotion

В данной статье рассматриваются общие принципы настройки и оформления сообщества в социальной сети ВКонтакте для дальнейшего SMM продвижения на примере международного агентства по поиску и подбору персонала.

Массовое развитие социальных сетей открывает много возможностей для продвижения товаров и услуг перед владельцами бизнеса

Ключевые слова: маркетинг, социальные сети, продвижение

In that paper the general principles of settings and formalization of society in social network Vkontakte are considered for the further promotion on the example of international recruiting agency. The major development of social networks opens lots of opportunities for the goods and service promotion for the business owner

Key words: marketing, social networks, promotion

Ремесло Борис Борисович

Студент

Балтийский федеральный университет им. И. Канта

г. Калининград, ул. А. Невского, 14

Remeslo Boris Borisovich

Student

Baltic federal university named I. Kant

Kaliningrad, Nevskogo st., 14

Ткаченко Сергей Николаевич

Кандидат технических наук, доцент

Балтийский федеральный университет им. И. Канта

г. Калининград, ул. А. Невского, 14

Tkachenko Sergey Nikolaevich

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor

Baltic federal university named I. Kant

Kaliningrad, Nevskogo st., 14

Темпы развития вычислительных технологий открывают массу возможностей для привлечения клиентов владельцам бизнеса. Одной из таких возможностей является SMM.

SMM (Social Media Marketing) – новый, но перспективный способ продвижения товаров и услуг с видео хостингов, социальных сетей, сервисов мгновенных сообщений и других социальных медиаканалов. Он появился на рынке маркетинга около 7 лет назад, и успел доказать свою высокую эффективность. Все больше компаний разного уровня и отраслевой принадлежности прибегают к его помощи. SMM позволяет познакомить целевую аудиторию с брендом,

привлечь внимание к собственной деятельности, анонсировать и рекламировать товары и услуги, увеличивая посещаемость сайта. Кроме того, SMM обеспечивает возможность прямого контакта с потребителем, выяснения его потребностей и получения обратной связи.

Инструменты и способы SMM:

- Создание на разных платформах блогов, групп, сообществ, наполненных специальными материалами, их продвижение;
- Создание обсуждений на тематических форумах с использованием механизмов скрытого маркетинга;
- Прямой маркетинг – ведение дискуссий непосредственно от имени компании;
- Явная реклама на страницах блоггеров или тематических сообществ; Вирусный маркетинг;

Одной из самых популярных сетей для продвижения товаров и услуг является ВКонтакте. На сегодняшний день сайт vk.com находится на первом в России и на 4 в мире месте по популярности и насчитывает 2,4 миллиарда пользователей [1]. В данной работе рассмотрены основные принципы создания и настройки сообщества в данной социальной сети на примере международного агентства по поиску и подбору персонала.

Создание сообщества в социальной сети ВКонтакте для дальнейшего продвижения включает в себя несколько этапов:

- 1) Создание сообщества;
- 2) Настройка;
- 3) Оформление;

1. Создание сообщества в социальной сети ВКонтакте подразумевает под собой несколько тривиальных действий, которые интуитивно понятны для любого посетителя. Для создания группы, страницы или встречи нужно быть зарегистрированным пользователем ВКонтакте. В нашем случае группа была уже создана, поэтому подробного описания создания сообщества не будет.

2. Настройка сообщества является важным этапом после создания новой группы. Эффективная настройка группы поможет сделать её удобной в управлении и наполнении контентом, а также избежать некоторых неприятных ситуаций (спам, реклама от конкурентов и т.д.).

Чтобы перейти в настройки сообщества, нужно кликнуть на кнопку «Управление сообществом», которая находится под изображением группы и во вкладку «Информация».

– Название сообщества должно полностью отражать его суть, чтобы пользователь по названию мог понять, чем занимается данная компания. В данном случае было принято решение назвать группу «Работа в Китае. Оформление виз. Job Offer USA», так как это три основных вида услуг, которые предоставляет фирма;

– Адрес сообщества должен быть запоминающимся (по умолчанию адрес – это набор цифр – id). В этом примере адрес был присвоен в честь названия фирмы <http://vk.com/workingworldabroad>;

– Описание должно уточнять название группы и более подробно раскрывать её предназначение, чтобы пользователь смог ответить себе на вопрос: «Стоит ли мне вступить группу?», «Стоит ли мне её читать?». В нашем случае описание не было изменено, так как планировалось создать меню группы, которое его заменит;

– Далее нужно выбрать тематику сообщества. Например, общие интересы, спорт и отдых, или компьютер и интернет, или другие. Тип сообщества выбирается из предложенных вариантов интерфейсом ВКонтакте. В рассматриваемом примере был выбран тип «Работа».

Также в группе можно настроить такие параметры как: веб-сайт, где можно вставить соответствующую ссылку, которая будет выводиться в ссылках сообщества, указать возрастные ограничения, включить или выключить фильтр комментариев по нецензурным или другим выражениям, указать географическое местоположение сообщества.

Перейдём к настройкам, которые непосредственно влияют на внешний вид сообщества:

– Стена. Под стеной понимается пространство группы, в котором публикуются все записи. Стена может быть открытой, закрытой, ограниченной и выключенной. В данном случае было принято решение сделать стену ограниченной для того, чтобы записи сообщества не терялись среди остальных записей от подписчиков или рекламы конкурентов;

– Сообщения сообщества. Это новая функция ВКонтакте, с помощью которой любой пользователь может написать администратору сообщества сообщение через личные сообщения, а администратор в свою очередь будет отвечать от имени сообщества;

– Фотографии. Фотографии сообщества могут быть открытые для всех пользователей, и ограниченными-пользователи могут только смотреть и комментировать, но не добавлять новые фото, также фотографии могут быть отключены. В данной группе фотографии остались открытыми, так как предполагалось, что клиенты компании будут делиться своими фотографиями из Китая в специально созданном альбоме;

– Видеозаписи имеют такие же настройки, как и фотографии. В нашем случае видеозаписи стали ограниченными, потому что владельцы компании выпускают свой видео-контент и ведут видео-блог. Все видеозаписи были отсортированы по альбомам, которые были созданы заранее;

В группе можно подключить и такие функции, как Аудиозаписи, Документы, Обсуждения, Приложения, Материалы, и эти разделы также, как Фотографии – могут быть отключены. Отключенные разделы не будут показываться в группе. В рассматриваемом сообществе Документы и Материалы были сделаны ограниченными, чтобы возможность их загрузки была только у администраторов сообщества, Обсуждения сделаны открытыми, чтобы пользователи могли создавать различные темы для дискуссий и общаться на них.

3. Оформление сообщества.

Первое впечатление и желание подписаться у посетителя группы во многом зависит от того, как она оформлена. Поэтому к разработке дизайна сообщества подходят с особой тщательностью.

Существует два основных варианта оформления сообщества: первый – создаётся аватарка (фотография сообщества) и публикуется SEO-оптимизированное описание сообщества и второй способ – с помощью вики-разметки разрабатывается меню сообщества и рисуется фотография. Второй случай также разделяется на два варианта: меню и изображение сообщества создаются как самостоятельные части группы, второй вариант – меню и фотография выступают единым целым.

Чаще всего выбирают разработку меню и фотографии как единого целого, потому что такой способ является более привлекательным и лаконичным для посетителя. Для того чтобы меню было логическим продолжением фотографии сообщества, в фоторедакторе создаётся общее изображение, на котором проектируются кнопки, которые должны быть в меню, и сама аватарка. Далее изображение нарезается на две части так, чтобы размеры меню составляли 700x500 PX, а размеры аватарки – 200x500 PX. Затем меню нарезается на количество частей, соответствующее количеству планируемых пунктов в нём. После этого ВКонтакте создаётся вики-страница и с помощью вики-редактора программируется меню.

В рассматриваемом сообществе был выбран вариант, в котором меню и изображение сообщества выступают единым целым (см. рис.1). Дизайн был разработан в соответствии с обновленным дизайном сайта [2] и фирменного логотипа.

Рис. 1. Меню сообщества

В данной работе были рассмотрены основные принципы настройки и оформления сообщества в социальной сети ВКонтакте для дальнейшего SMM продвижения на примере международного агентства по поиску и подбору персонала. Следующим этапом подготовки сообщества к SMM продвижению является наполнение группы контентом и его SEO-оптимизация.

Список используемых источников:

1. *Vk.com Analytics – Traffic Ranking & Stats*. URL: <https://www.similarweb.com/website/vk.com>
2. *Working World Abroad*. URL: <http://workingworldabroad.com/>

© 2016, Ремесло Б.Б., Ткаченко С.Н.

*Общие принципы настройки и оформления
сообщества в социальной сети ВКонтакте для
дальнейшего SMM продвижения*

© 2016, Remeslo B.B., Tkachenko S.N.

*The General principles of configuration and design
community in social network Vkontakte for further
SMM promotion*

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.285

Поступила (Received): 02.03.2016

Рустамов В.Х., Джуджуев М.Ф., Езангина И.А. Роль совместного банковского кредитования в реализации стратегий российских предприятий

**Rustamov V.Kh., Dzhudzhuyev M.F., Ezangina I.A.
Role of the joint bank lending in implementing
the strategies of Russian enterprises**

*В данной статье рассмотрена роль
синдицированного финансирования в реализации
стратегий российских предприятий.*

*Проанализированы основные характеристики:
объем и количество сделок, целевая структура*

Ключевые слова: синдицированный кредит,
заемное финансирование, банк, облигационный
займ, проектное финансирование

*In this article the role of the syndicated financing in
realization of strategy of the Russian enterprises is
considered. The main characteristics are analysed:
volume and number of transactions, target structure*

Key words: syndicated loan, debt financing, bank
loans, bond issues, project finance

Рустамов Вадим Хагирович

Студент

Волгоградский государственный технический
университет

г. Волгоград, пр. Ленина, 28

Rustamov Vadim Khagirovich

Student

Volgograd state technical university

Volgograd, Lenina ave., 28

Джуджуев Магамед Фазильевич

Студент

Волгоградский государственный технический
университет

г. Волгоград, пр. Ленина, 28

Dzhudzhuyev Magamed Fazilyevich

Student

Volgograd state technical university

Volgograd, Lenina ave., 28

Езангина Ирина Александровна

Кандидат экономических наук, доцент

Волгоградский государственный технический
университет

г. Волгоград, пр. Ленина, 28

Ezangina Irina Alexandrovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Volgograd state technical university

Volgograd, Lenina ave., 28

Синдицированный кредит (или консорциумный кредит) – это среднесрочный кредит, чаще всего международный, который может быть предоставлен одному заемщику группой (двумя или более) банков-кредиторов при объединении их финансовых ресурсов [6, с. 120].

Рынок синдицированного кредитования в России находится на этапе становления. На современном этапе развития экономики страны основным приоритетом крупнейших российских компаний является улучшение условий

предоставления заемного финансирования: снижение эффективной процентной ставки, увеличение эффективного срока и объема долгового финансирования, диверсификация кредитного портфеля среди нескольких кредиторов, уменьшение ежегодных расходов по обслуживанию долга. Поэтому крупнейшие российские компании оптимизируют и диверсифицируют кредитный портфель с точки зрения качественного и количественного состава инвесторов и кредиторов. Так как у российских компаний выросла заинтересованность в улучшении условий текущих заимствований, российские банки стали предлагать новые инструменты финансирования и разрабатывать соответствующие продукты для удовлетворения данных потребностей [8, с.13].

Традиционное кредитование не позволяет аккумулировать крупные суммы за относительно небольшой период времени по сравнению с синдицированным кредитом. Во-первых, часть крупных проектов невозможно профинансировать за счет кредита одного банка. Согласно Инструкции Банка России № 139-И «Об обязательных нормативах банков» отношение совокупной суммы кредитных требований к собственным средствам банка не должно превышать 25%. Во-вторых, коммерческие банки не готовы предоставлять крупные суммы заемщику ввиду ограниченности лимита на компанию и отрасль, а синдицированный кредит позволяет распределить кредитный риск между кредиторами. В феврале 2013 года в России наиболее крупный объем синдицированного кредита в размере 14,2 млрд. долларов был предоставлен ОАО «НК «Роснефть» на покупку у консорциума Alfa-Access-Renova (AAR) 50% акций в ОАО «ТНК-ВР Холдинг». Ведущими организаторами выступили 14 иностранных банков. Выдача единого кредита в объеме 14,2 млрд. долларов невозможна даже самым крупным российским банком по активам и собственным средствам – ОАО «Сбербанк России». В конце февраля 2013 года его собственные средства не превышали 55 млрд. долларов [5].

Синдицированный кредит позволяет снизить риск концентрации долга на одном кредиторе. При ухудшении состояния финансовых рынков, доминирующий банк будет навязывать невыгодные для заемщика условия кредитования, которые будут отличаться от рыночных условий. При синдицированном кредитовании за счет участия большого количества банков зависимость от конкретного кредитора будет снижена, кредитный портфель заемщика будет диверсифицирован среди кредиторов. Поэтому ухудшение условий синдицированного кредитования будет менее вероятно по сравнению с традиционным кредитованием.

Синдицированное кредитование носит более долгосрочный характер по сравнению с традиционным кредитованием. В России в 2010-2013 гг. больше половины от общего объема синдицированного кредитования было привлечено на срок свыше 3 лет. Во-первых, долгосрочный характер кредитования позволяет профинансировать стратегические проекты с длительным инвестиционным горизонтом. Во-вторых, на долгосрочный период кредитования банк-организатор может предложить фиксированную ставку кредитования, что удобно для заемщика, который в данном случае не несет рыночный риск, то есть риск резкого увеличения краткосрочных ставок кредитования. При кредитовании на

краткосрочной основе существует большой риск удорожания стоимости финансирования. Максимальное значение ставки MOSPRIME 3М в период кризиса составило 29% в годовом исчислении. При долгосрочном кредитовании компания может войти на рынок в самый благоприятный момент, закрыть сделку по сниженным ставкам и в период высокой волатильности ставок не осуществлять заимствования [10].

Во-вторых, основную долю на российском рынке синдицированного кредитования занимают ведущие международные банки. В 2009-2013 гг. основной объем сделок был организован иностранными банками (74% от общего объема синдицированных кредитов иностранные банки организовали в 2009 г., 69% – в 2010 г., 81% – в 2011 г., 77% – в 2012 г., 82% – в 2013 г.). Из российских государственных банков в организации синдицированных кредитов в 2009-2013 гг. принимали участие только ОАО «Сбербанк России», Группа ВТБ, ОАО «Газпромбанк» и ГК «Внешэкономбанк». В 2013 году лидером по организации синдицированных кредитов для российских компаний являлся Societe Generale с долей рынка 6,87%. Второе и третье место заняли UniCredit Group и ING Bank с долей рынка 6,69% и 5,90%, соответственно. [6, с. 122].

В 2013 году произошло увеличение доли синдицированных кредитов, организованных иностранными банками с 77% до 82% от общего объема. Тем не менее, ОАО «Сбербанк России», Группа ВТБ, ОАО «Газпромбанк» продолжали принимать активное участие в крупнейших сделках – доля российских банков совместно с иностранными банками увеличилась с 12% до 16%. В 2013 году отсутствовали крупные размещения, организованные исключительно российскими банками, соответственно, доля российских банков снизилась с 11% до 2% (рис.1) [9].

Кроме того, основной объем синдицированных кредитов предоставляется на рефинансирование задолженности сырьевых предприятий по двусторонним кредитам, облигационным займам и ранее выданным синдицированным кредитам, а также на общекорпоративные цели (рис. 2) [5].

В 2012-2013 гг. целевая структура синдицированных кредитов была нетипична – на финансирование сделок по слиянию и поглощению была предоставлена основная доля (от 40% и выше) от общего объема синдицированных кредитов. Такая структура связана с привлечением ОАО «НК «Роснефть» в декабре 2012 года и феврале 2013 года синдицированных кредитов общим объемом 31,0 млрд долларов с целью приобретения у компании ВР и консорциума AAR 100% акций ОАО «ТНК-ВР Холдинг». Крупный объем денежных средств (42 млрд. рублей) привлекла также в 2012 году ООО «Независимая транспортная компания» на приобретение оставшихся 25% акций ОАО «Первая грузовая компания» у ОАО «Российские железные дороги».

Средний объем единичного синдицированного кредита увеличивается с каждым годом. В 2009 году средний объем сделки составил 449,7 млн. долларов, в 2013 году – 863,52 млн. долларов⁵⁵. В 2013 году средний объем сделки в России превзошел средний объем сделки в США и в Западной Европе, которые составили 585,29 млн. долларов и 698,2 млн. долларов.

Рис. 1. Объемы сделок и их количество на российском рынке синдицированного кредитования за 2009-2013 гг. в поквартальной разбивке

Рис. 2. Целевая структура синдицированных кредитов

В 2013 году доля синдицированных кредитов, предоставленных на проектное финансирование, снизилась с 13% до 8%. В 2012 году были реализованы сделки для масштабных проектов, требующих значительных вложений на долгий срок. Значительные объемы средств были привлечены компанией ООО «Северэнергия» (93,15 млрд. рублей) на разработку месторождений дочерних обществ компании, расположенных в Ямало-Ненецком автономном округе, а также компанией ОАО «Западный скоростной диаметр» (52 млрд. рублей) на создание центрального участка платной автомобильной дороги «Западный скоростной диаметр». В 2013 году синдицированные кредиты на проектное финансирование привлекались в меньших объемах – 1 млрд. долларов привлекло ОАО

«Газпром нефть» для финансирования текущих проектов, 675 млн. долларов – ОАО «Роснефтьбункер» на строительство нефтепродуктового терминала, 500 млн. долларов – ЗАО «Каспийский Трубопроводный Консорциум» для финансирования работ по расширению нефтепроводной системы и 12 млрд. рублей – Inter RAO Credit B.V [10].

Для развития отраслей, ориентированных на внутренний спрос, в первую очередь, необходимо предоставлять кредиты на проектное финансирование и общекорпоративные цели. Проектное финансирование предполагает привлечение долгосрочного заемного финансирования для крупных проектов под будущие денежные потоки [3, с. 68].

Синдицированные кредиты предоставляются крупнейшим предприятиям со значительным объемом выручки и высокой долей импорта. Как правило, синдицированные кредиты предоставляются предприятиям с объемом выручки более 6 млрд. рублей в год. С меньшим объемом выручки предприятия используют традиционные кредиты. К примеру, в 2009 году минимальная выручка среди предприятий, получивших синдицированный кредит, была у ОАО «Рузхиммаш» – 7,6 млрд. рублей, а максимальная выручка у нефтяной компании «Роснефть» – 2,1 трлн. рублей.

Средний объем единичного синдицированного кредита увеличивается с каждым годом. В 2009 году средний объем сделки (в данном случае под сделкой подразумевается выданный транш кредита) составил 449,7 млн. долларов, в 2013 году – 863,52 млн. долларов⁵⁵. В 2013 году средний объем сделки в России превзошел средний объем сделки в США и в Западной Европе, которые составили 585,29 млн. долларов и 698,2 млн. долларов, соответственно.

В-четвертых, основной объем сделок заключается в долларах США с использованием стандартной документации Ассоциации кредитного рынка (LMA), подчиненной английскому праву.

В 2013 году объемы рублевого финансирования сократились. Основные объемы были привлечены ОАО «Первоуральский новотрубный завод» (28 млрд. рублей) для реструктуризации задолженности, X5 Retail Group N.V. (15 млрд. рублей) для рефинансирования кредитного портфеля и Inter RAO Credit B.V. (12 млрд. рублей) для проектного финансирования [5].

Список используемых источников:

1. Езангина И.А. Межфирменный стратегический альянс в системе конкурентных отношений бизнеса // Научное обозрение. 2012. № 4. С. 464-469.
2. Езангина И.А. Преимущества воспроизводства корпоративного капитала в интегрированных структурах бизнеса // Молодой ученый. 2012. №11. С. 157-160.
3. Езангина И.А. Проблемы и тенденции развития инфраструктуры кредитных рынков в России // Экономическая безопасность России и стратегии развития ее регионов в современных условиях. 2015. С. 67-70.
4. Езангина И.А., Тимофеева Ю.С. Финансовые кластеры российских банков: актуальные аспекты // Молодой ученый. 2015. № 6 (86). С. 401-406.
5. Рэнкинги Cbonds. URL: <http://ru.cbonds.info/rankings/>
6. Михайлов А.Е. Механизм синдицированного кредитования в крупных частных российских банках и направления его совершенствования диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Москва, 2015. 140 с.
7. Стандартная документация в сделках синдицированного кредитования.

URL: <http://data.cbonds.info/publication/asros.pdf>

8. Кораблев Д., Ткач Д. Синдицированное кредитование: особенности российского рынка // Финансовый директор. 2014. №3. С. 12-17.

9. Ассоциация региональных банков России. URL: <http://www.asros.ru/ru/activities>

10. Комитет по синдицированному кредитованию.

URL: <http://www.asros.ru/ru/activities/commit/syndicate>

© 2016, Рустамов В.Х., Джуджуев М.Ф.,
Езангина И.А.

*Роль совместного банковского кредитования в
реализации стратегий российских предприятий*

© 2016, Rustamov V.Kh., Dzhudzhuyev M.F.,
Ezangina I.A.

*Role of the joint bank lending in implementing the
strategies of Russian enterprises*

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.291

Поступила (Received): 27.03.2016

Рязанова Ю.А., Дубовицкий А.А., Давлетгареев Н.Р. Управление конкурентоспособностью предприятия

Ryazanova Yu.A., Dubovickiy A.A., Davletgareev N.R.
Competitiveness management of the enterprise

В статье наглядно показана важность и необходимость контроля конкурентоспособности предприятия. В современных рыночных условиях России самые важные факторы маркетинговой среды предприятий и одними из основных объектов маркетинговых исследований являются конкуренция и конкурентоспособность

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, управление конкурентоспособностью, методы управления конкурентоспособностью

This article clearly shows the importance and necessity of competitiveness of the enterprise control. Nowadays market conditions in Russia are the most important factors of the marketing environment of enterprises and one of the main objects of market research is the competition and competitiveness

Key words: competition, competitiveness, competitiveness management, management techniques competitiveness

Рязанова Юлия Андреевна

Студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Ryazanova Yulia Andreevna

Student

National research Tomsk polytechnic university

Дубовицкий Артем Александрович

Студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Dubovitskiy Artem Aleksandrovich

Student

National research Tomsk polytechnic university

Давлетгареев Наиль Рынадович

Старший преподаватель

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Davletgareev Nail Rinadovich

Senior lecturer

National research Tomsk polytechnic university

Управление конкурентоспособностью предприятия – управление преимуществами предприятия, относительно его конкурентов.

Конкурентное преимущество – эксклюзивная ценность, которая делает предприятие намного лучше по сравнению с его конкурентами.

Существуют специалисты в области стратегического маркетинга и в области управления конкурентными преимуществами. Задачи таких специалистов и его команды, следующие:

1) Анализ, отбор и обоснование конкурентных преимуществ и факторов конкурентоспособности объектов;

2) Развитие и устранение слабых сторон предприятия, создание новых конкурентных преимуществ;

3) Формирование основных этапов развития предприятия;

Формирование высокого уровня конкурентоспособности предприятия зависит не только от его потенциальных возможностей, но и от использования эффективных концепций управления самой конкурентоспособностью.

В настоящие дни в современных рыночных условиях России самые важные факторы маркетинговой среды предприятий и одними из основных объектов маркетинговых исследований являются конкуренция и конкурентоспособность. Они являются необходимыми условиями развития предпринимательской деятельности.

Конкуренция – механизм управления производством, который отличается мгновенной реакцией на любые изменения рыночной обстановки. В выигрышной ситуации оказываются те предприятия, которые лучше всего приспособлены к изменениям, они обладают высокой конкурентоспособностью по сравнению с предприятиями-конкурентами.

В России конкуренция неуклонно возрастает. В связи с этим проведение исследований конкуренции и конкурентоспособности является самой важной задачей служб маркетинга любого российского предприятия.

При анализе и оценке конкурентоспособности необходимо учитывать, что адаптивность и конкурентные преимущества – это лишь потенциальная сторона конкурентоспособности предприятия, которая при определенных обстоятельствах может быть и не реализована. В то же время только результаты экономической деятельности дают непосредственное отражение реальных достижений в области обеспечения конкурентоспособности, и поэтому они должны быть использованы в качестве ее измерителей. Результаты экономической деятельности предприятия измеряются с помощью следующих показателей: финансовых (доход на инвестиции и прибыль); рыночных (объем продаж и рыночная доля предприятия); выживаемости (денежные поступления).

Жесткая конкуренция, в которую окунулись российские предприятия, заставляет их уделять особое внимание качеству производимого товара. Убедиться в качестве товара можно двумя способами. Первый – это проверка и контроль самого товара. Однако в современных условиях при массовом серийном производстве все большее применение находит другой способ: проверка не товара, а способности изготовителя выпускать продукцию со стабильными характеристиками, удовлетворяющими потребителя.

Это не значит, что качество товара гарантирует предприятию устойчивый рост, стабильную прибыль и высокую конкурентоспособность. Это очередное конкурентное преимущество, которое крайне важно в условиях растущей конкуренции.

Хотелось бы отметить, что оценка конкурентоспособности осуществляется по конечным итоговым результатам реакции конкретного рынка (потребителя) на конкретный товар, а оценка конкурентных преимуществ осуществляется на ранних стадиях инвестирования, до начала бизнеса, при технико-экономическом обосновании инновационных и инвестиционных проектов. Дальнейший мониторинг реализации конкурентных преимуществ осуществляется на стадиях производственного процесса и логистики, вплоть до продажи товара.

Поэтому очень важно обоснованно, жестко и регулярно проводить политику наращивания конкурентных преимуществ различных объектов. Методами (инструментами) реализации этой политики являются учет, анализ, нормирование и оценка конкурентных преимуществ.

Для успешного управления конкурентоспособностью предприятия руководителям всех уровней нужно проявить решимость и профессионализм, также становится ясно, что без выполнения работ по стратегическому маркетингу не удастся повысить конкурентоспособность предприятия.

Список используемых источников:

1. Бондаренков А.П. Оценка конкурентного статуса предприятия // Экономика и маркетинг в XXI веке. Н. Новгород, 2003. С. 20-21.
2. Завьялов П.С. Конкурентоспособность и маркетинг // Российский экономический журнал. 1995. №12.
3. Синько В. Конкуренция и конкурентоспособность: основные понятия // Стандарты и качество. 2000. №4. С. 54-59.
4. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: ИНФРА-М, 2000. 312 с.
5. Черкасова О.В. Разработка стратегии повышения конкурентоспособности предприятия: монография. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2009. 120 с.
6. Щиборщ К.В. Сравнительный анализ конкурентоспособности и финансового состояния предприятий отрасли и/или региона // Маркетинг в России и за рубежом. 2000. №5. С. 92-111.
7. Яновский А. Конкурентоспособность товара и производителя // Бизнес-Информ. 2002. №5. С. 21-23.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.294

Поступила (Received): 24.03.2016

Савкина Р.В.
Налоговые льготы 2016 года и их использование
предприятиями сферы услуг

Savkina R.V.
Tax benefits the year 2016 and their use of facilities

В условиях кризиса остро стоит проблема оптимизации налоговых и страховых выплат предприятиями сферы услуг с учетом законодательства 2016 года. Правильный выбор организационно-правовой формы, режима налогообложения позволяет сократить их налоговую нагрузку в 3 и более раза и повысить рентабельность. Даются рекомендации по обеспечению условий применения специальных налоговых режимов. Доказывается необходимость планирования налоговой нагрузки даже в условиях высокой неопределенности бизнес-среды

Ключевые слова: режимы налогообложения, страховые выплаты, оптимизация, планирование

Савкина Раиса Васильевна

Доктор экономических наук, профессор
Российский экономический университет им. Г.В.
Плеханова
г. Москва, Стремянный пер., 36

In times of crisis the problem of optimization of tax and insurance payments by the enterprises of sphere of services, taking into account the legislation of the year 2016. The correct choice of the legal form, the tax regime allows to reduce their tax burden in 3 or more times and increase profitability.

Recommendations to ensure the conditions for the use of special tax regimes. It is proved the need for planning the tax burden even under conditions of high uncertainty business Wednesday

Key words: tax regimes, insurance payments, optimization, planning

Savkina Raisa Vasilevna

Doctor of Economic Sciences, Professor
Russian university of economics named G.V.
Plekhanov
Moscow, Stremyanny lane, 36

Налоговые платежи и страховые взносы являются важной статьей расходов предприятий сферы услуг, поэтому их оптимизация в рамках действующего законодательства может принести значительные выгоды. Особенность предприятий сферы услуг – это в основном малые и микро предприятия, для которых налоговые льготы особенно актуальны в современных условиях кризиса и стагнации. Регулирование налоговых выплат определяется Налоговым Кодексом Российской Федерации (НК РФ), выплат в страховые фонды – Федеральным законом от 28 ноября 2015 года №347-ФЗ «О внесении изменений в статью 33-1 Федерального закона «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации» и статью 58-2 Федерального закона «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования» (вводится с 1 января 2016 года).

Предприятие самостоятельно определяет режим налогообложения в соответствии с нормами Налогового кодекса, объемом и видом деятельности. Переход на тот или иной режим носит уведомительный характер. Режимы налогообложения в соответствии с НК РФ являются:

- основная система налогообложения (ОСНО);
- специальные режимы налогообложения, а именно: упрощенная система налогообложения (УСНО); единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности (ЕНВД); патентная система налогообложения для индивидуальных предпринимателей (ПСНО); система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (ЕСХН); система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции (для предприятий сферы услуг последние два режима налогообложения в основном не применяются).

Как известно, с 1 января 2010 года из налоговой системы исключен ЕСН (единый социальный налог). ЕСН заменен на обязательные страховые взносы, налоговой базой которых (как и ЕСН) являются выплаты в пользу физических лиц. Следует заметить, что страховые взносы начисляются вне зависимости от режима налогообложения. В соответствии с законодательством РФ выплаты в пенсионный фонд производятся по ставке 22% с суммы не превышающих 796 тыс. руб. годового дохода работника (для 2016 года), свыше этой суммы – 10%; в фонд социального страхования – ставка 2,9% с суммы выплат на 1 физическое лицо до 718 тыс. руб. в год (с превышения этой суммы – 0%) – для 2016 года, федеральный фонд обязательного медицинского страхования – 2,1%, территориальный фонд обязательного медицинского страхования – 3% со всей начисленной суммы. ФЗ от 28.06.2014г №188-ФЗ изменяет законодательную базу по страхованию (Закон введен с 1 января 2015г.). В частности, все лица, временно пребывающие на территорию Российской Федерации считаются застрахованными и работодатели выплачивают страховые взносы в полном объеме независимо от времени трудового договора. Страховыми взносами не облагаются компенсационные выплаты при увольнении, если они не превышают 3-х месячного заработка увольняемого работника (если больше, то страховые взносы выплачиваются). Пониженные страховые взносы могут применяться для ИП. В 2015 году для ИП фиксированные платежи в пенсионный фонд составляли 18288рублей + 1% от суммы доходов, превышающих 300 тыс. руб. В фонд медицинского страхования – фиксированная сумма 3600руб. в год. Фиксированная сумма для ИП определяется исходя из МРОТ. Так, в 2016 году сумма МРОТ – 6204руб., тогда фиксированные выплаты в 2016г. для ИП составляют в пенсионный фонд 19356,48 рублей (6204x26%:100%x12месяцев), в фонд обязательного медицинского страхования 3796,85 рубля, (т.е. общая сумма фиксированных выплат в 2016 году составляет 23153,33 рубля). Кроме того, в пенсионный фонд ИП начисляет 1% от суммы доходов, превышающих 300 тыс.руб. При этом общая максимальная сумма выплат (в пенсионный фонд) не может превышать 154851,84 рубля.

Кроме того, в зависимости от класса предпринимательского риска устанавливаются обязательные выплаты в страховой фонд от травматизма и несчастных случаев на производстве в размере от 0,2% до 8,5% в зависимости

от вида экономической деятельности (в соответствии с федеральным законом от 22.12.2005г №179-ФЗ «О классификации профессиональных рисков по видам экономической деятельности»). Ставки обязательных взносов по этим страховым выплатам определены Приказом Минтруд России от 25.12.2012г №625н. В частности, предприятия сферы услуг вошли в 1 группу и для них установлена ставка в размере 0,2% от фонда оплаты труда.

Следует отметить, что ОСНО самая затратно-емкая система налогообложения, на которой работают предприятия, не имеющие условий использования специальных режимов или своевременно не подавшие письмо-уведомление о применении специальных режимов. При ОСНО предприятие сферы услуг выплачивает: НДС (косвенный налог), налог на прибыль, налог на доходы физических лиц (выплачивает физическое лицо), налог на имущество организаций, транспортный налог, налог на игорный бизнес, земельный налог, торговый сбор (для торговых организаций).

При **упрощенной системе налогообложения (УСНО)** предприятие освобождается (ст. 346.13 НК РФ) от обязанности по уплате налога на прибыль, налога на имущество организаций. Кроме того, оно не признается налогоплательщиком налога на добавленную стоимость (за исключением случаев, указанных в статьях 151 и 174.1 НК РФ). При УСНО и ЕНВД налог на имущество выплачивается только на объекты недвижимости, на которые определяется кадастровая стоимость, в том числе нежилые помещения (отдельно стоящие). Применение УСНО индивидуальными предпринимателями предусматривает их освобождение от уплаты НДФЛ, налога на имущество физических лиц (если имущество используется для предпринимательской деятельности).

Упрощенная система налогообложения применяется, если годовой доход не превышает 60 млн.руб., который ежегодно индексируется на коэффициент дефлятор. Для 2015 года коэффициент дефлятор для определения предельного дохода был 1,147, для 2016 года – 1,329 (что в сумме составляет 79,74 млн.руб. в год). Кроме того, остаточная стоимость основных средств не должна быть более 100 млн.руб.; средняя численность работников не должна быть более 100 человек (по сравнению со среднесписочной численностью при расчете средней численности учитываются внешние и внутренние совместители). На упрощенную систему налогообложения не могут переходить предприятия сферы услуг, имеющие филиалы, а также имеющие долю участия других организаций более 25%; казенные и бюджетные учреждения. Организации и ИП, перешедшие на ЕНВД по отдельным видам деятельности вправе применять УСНО для остальных видов деятельности с учетом ограничений по доходам, численности работающих и стоимости основных средств (ст.345,п.4). Если налогоплательщик применяет одновременно УСНО и ПСНО для определения величины ограничения по доходам, численности работников и стоимости основных средств учитываются доходы от обоих видов деятельности. Налогоплательщик, применяющий УСНО вправе перейти на иной режим налогообложения, уведомив налоговые органы не позднее 15 января года, в котором он будет применять другой режим налогообложения.

Объектом налогообложения при УСНО могут быть или доходы (от реализации и внереализационные), или доходы, уменьшенные на величину расходов.

Налоговые ставки при налогообложении дохода – 6%, при налогообложении дохода, уменьшенного на расходы – 15%. Если объектом налогообложения являются доходы, то начисленная сумма налога (6%) уменьшается на сумму страховых взносов, но при этом сумма налога по УСНО не может быть уменьшена более чем на 50%. При определении расходов, уменьшающих доходы в сумму расходов включаются и НДС по приобретенным товарам и услугам.

Если сумма налога (УСНО) меньше минимальной ставки, то налогоплательщик начисляет налог в размере 1% от доходов. Если при этом образуется убыток, то он включается в расходы в будущем периоде.

В связи с тем, что налог по УСНО перечисляется в региональные бюджеты, регионам предоставляется право с 2016 года уменьшать ставку налога с 6% до 1% или с 15% до 5% (соответственно). Поэтому социально-значимые предприятия сферы услуг могут претендовать на снижение ставок по этой системе налогообложения.

Налогообложение в виде **единого налога на вмененный доход (ЕНВД)** для отдельных видов деятельности (14 видов деятельности перечисленных в НК РФ ст.346.26), в том числе: оказание бытовых услуг (региональные органы власти определяют группы и подгруппы видов деятельности, оказывающие бытовые услуги), услуги по ремонту, техническому обслуживанию и мойке транспортных средств, стоянке автомашин, розничная торговля в магазинах с площадью менее 150 м², предприятия общественного питания с торговым залом менее 150 м², услуги по временному проживанию с площадью помещений менее 500 м². Налогооблагаемой базой является вмененный доход (потенциально возможный доход налогоплательщика, рассчитанный с учетом совокупности условий: базовой доходности, корректирующих коэффициентов).

Справочно: Базовая доходность – условная месячная доходность в стоимостном выражении на ту или иную единицу физического показателя (на 1 м² торговой площади, на 1 работника и т.д.). Базовая доходность по видам деятельности и физическим показателям дана в Налоговом кодексе (ст.346.29)

Предприятия, применяющие ЕНВД не платят налог на прибыль, на имущество, НДФЛ (для индивидуальных предпринимателей), не являются налогоплательщиками НДС. При осуществлении нескольких видов деятельности, по которым возможно применение ЕНВД, учет ведется отдельно по каждому виду деятельности. Налоговым периодом по единому налогу на вмененный доход является квартал. Налоговая ставка – 15% величины вмененного дохода. Вмененный доход (ВД) за месяц определяется по следующей формуле:

$$ВД = \frac{БД \times ФП}{КД} \times K1 \times K2 \times KФ$$

где: БД – сумма базовой доходности (дана в Налоговом кодексе), руб.;

КД – количество календарных дней в месяце;

КФ – фактическое количество дней применения ЕНВД за месяц;

ФП – физический показатель (количество работников, площадь помещений для осуществления предпринимательской деятельности и т.д.);

К1 – коэффициент дефлятор (2013 год – 1,569; 2014 год – 1,672; 2015 год – 1,798; 2016г – 2,083);

К2 – корректирующий коэффициент базовой доходности, учитывающий совокупность условий ведения предпринимательской деятельности (регион, ассортимент реализуемой продукции и услуг и их социальная значимость, территориальное размещение и т.д.).

Значение корректирующего коэффициента устанавливают региональные и муниципальные органы власти на весь календарный год и его значение должно быть в пределах от 0,005 до 1,0. В г.Москве региональные коэффициенты дифференцированы для предприятий сферы услуг от 0,7 до 1,0.

Сумма налога, определенная по ЕНВД за налоговый период, уменьшается на сумму:

- страховых взносов на обязательное пенсионное страхование, обязательное социальное страхование, обязательное медицинское страхование;
- платежей по договорам добровольного личного страхования.

При этом сумма налога по ЕНВД может быть уменьшена не более чем на 50%. Следует отметить, что расчеты показывают, что это ЕНВД самая выгодная система налогообложения для предприятий сферы услуг, хотя на ней работают не более 10% предприятий.

Патентная система налогообложения (ПСНО) применяется для индивидуальных предпринимателей по 47 видам деятельности (перечислены в НК РФ ст.346.43).в том числе – розничная торговля без торговых залов или с торговым залом до 50 кв.м.; услуги общественного питания с площадью торгового зала обслуживания посетителей не более 50 кв.м. по каждому объекту организации общественного питания, сервисные услуги и т.д. Максимальное среднее число работников не должно превышать 15 человек. Объектом налогообложения является потенциально возможный доход, максимальный размер которого определен в НК РФ в размере 1 млн. руб. На уровне регионов предельные размеры потенциально возможного дохода могут быть увеличены от 3 до 10 раз в зависимости от вида деятельности и численности населения региона (свыше 1 млн. человек). В частности, в г.Москве установлены дифференцированные суммы потенциально возможного дохода в среднем от 2 млн.руб. по предприятиям сферы услуг. Индивидуальные предприниматели освобождаются от уплаты НДФЛ, НДС, налога на имущество и прибыль. Для применения ПСНО предприниматель подает заявление в налоговый орган за 10 дней до применения ПСНО. Документ, удостоверяющий право ИП применять ПСНО является патент, который выдается от 1 месяца до 1 года.

Налоговая ставка 6 % от потенциально возможного дохода.

Выбор системы налогообложения происходит до начала календарного периода, в котором будет применяться тот или иной режим. Поэтому необходимо предварительно рассчитать все необходимые плановые показатели (об этом подробно в [3,с.97-103]), определить возможности применения специальных режимов, рассчитать налоговую нагрузку при разных режимах и выбрать режим с наименьшей налоговой нагрузкой.

Следует отметить, что не существует единой методики расчета налоговой нагрузки. Сравнивая различные методики расчета налоговой нагрузки на предприятии, можно выделить следующие спорные моменты:

- использовать ли в расчете налоговой нагрузки предприятия налог на доходы физических лиц. Большинство авторов [2] не рекомендуют принимать этот налог при расчете налоговой нагрузки, так как предприятие уплачивает его из средств работника, а не из собственных денежных средств (налоговый агент);

- учитывать ли в расчете косвенные налоги, в частности, НДС.

Не вдаваясь в подробности данной дискуссии, считаем необходимым проводить расчеты налоговой нагрузки в процентах к доходам 2-мя способами: 1 – включить в налоговые платежи все налоги, включая страховые выплаты и НДФЛ (совокупная налоговая нагрузка); 2- исключить НДФЛ из налоговой нагрузки (налоговая нагрузка предприятия):

$$НН = \frac{Н}{Д} \times 100 \text{ где: } НН - \text{налоговая нагрузка (в\%);}$$

н – сумма налогов и страховых выплат (руб.);

д – доход (выручка в руб.).

Сравнивая налоговую нагрузку (с учетом НДФЛ) по предприятиям общественного питания г.Москвы было определено, что самая низкий % зафиксирован по ЕНВД (7% – 10%), при ПСНО – 8-12%; при УСНО (доходы) с учетом уменьшения на сумму страховых выплат – 11-14%, при УСНО (доходы, уменьшенные на величину расходов) – 12-14%, при ОСНО – 25-30%. При этом самый популярный режим налогообложения в 2015 году был УСНО (по г.Москве).

Многие авторы оптимизацию налоговых выплат связывают с правильным выбором учетной политики (по сути с налоговым учетом) [1, 2]. Не оспаривая данный тезис следует отметить, что учетная политика помогает оптимизировать налоговую базу по конкретному виду налога.

Учетная политика для целей налогообложения – выбранная налогоплательщиком совокупность допускаемых Налоговым кодексом способов (методов) определения доходов и расходов, их признания, оценки и распределения, а также учета необходимых для целей налогообложения показателей финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщика.

Цель учетной политики – регулирование платежей в бюджет и внебюджетные фонды в рамках возможностей налогового законодательства РФ и субъектов РФ. В частности, на предприятии зачастую ставится цель – уменьшение налоговых выплат за счет использования возможных льгот, увеличения затрат, относимых на себестоимость, ведения раздельного учета по реализации товаров и услуг, имеющих разные налоговые ставки (НДС), применения наиболее экономичных режимов налогообложения. Эта цель вполне законна и при грамотном планировании и последующим ведении налогового учета дает ощутимую экономию затрат предприятию по уплате налогов, формирует условия стабильного и эффективного его развития. Кроме того, для сглаживания сезонных колебаний поступлений доходов и расходов и, соответственно, налоговых выплат в течение года, что особенно актуально для предприятий сферы услуг,

где присутствует сезонность, необходимо в плановых расчетах, а затем в учетной политике предусмотреть списание затрат на себестоимость с учетом сезонного поступления доходов. При этом прямые расходы относятся по мере их возникновения, а постоянные по мере формирования адекватных доходов.

Завершается процесс оптимизации налоговых и страховых выплат разработкой управленческих решений, обеспечивающих реализации выбранного режима налогообложения наиболее эффективными мерами (определение эффективных управленческих решений см. в [4, с. 135-137]).

Список используемых источников:

1. Вылкова Е.С., Тарасевич А.П. Агрессивное налоговое планирование в международных и российских реалиях // Вестник Забайкальского государственного университета. 2015. №6(121). С. 95-103.
2. Пансков В.Г. Налоги и налогообложение в Российской Федерации. М.: Книжный мир, 2013. 340 с.
3. Савкина Р.В., Мальцева Е.Г. Организация предпринимательской деятельности. М.: КНОРУС, 2015. 216 с.
4. Савкина Р.В. Дифференцированный подход к оценке эффективности управленческих решений // Теоретические и прикладные вопросы образования и науки. Ч. 1. Тамбов: Консалтинговая компания Юком, 2014. С. 134-139.

© 2016, Савкина Р.В.

Налоговые льготы 2016 года и их использование
предприятиями сферы услуг

© 2016, Savkina R.V.

Tax benefits the year 2016 and their use of facilities

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.301

Поступила (Received): 01.03.2016

Савкина Р.В., Мальцева Е.Г.
Особенности стратегического планирования
в условиях кризиса

Savkina R.V., Maltseva E.G.
Features of strategic planning in crisis

В статье рассматривается необходимость и возможность стратегического планирования как условие выхода из кризиса и формирования устойчивой и эффективной экономики.

Повышенные риски определяют особенности принятия решений по стратегическим планам и комплексным целевым программам, что учтено в статье при рассмотрении логики их разработки

Ключевые слова: стратегическое планирование, кризис, бизнес-среда, устойчивое развитие

The article discusses the need for and feasibility of strategic planning as a condition for ending the crisis and the formation of a stable and efficient economy. Increased risks dictate features of decision making on strategic plans and integrated targeted programmes that take into account article when considering the logic of their development

Key words: strategic planning, crisis, business Wednesday, sustainable development

Савкина Раиса Васильевна

*Доктор экономических наук, профессор
Российский экономический университет им. Г.В.
Плеханова
г. Москва, Стремянный пер., 36*

Savkina Raisa Vasilevna

*Doctor of Economic Sciences, Professor
Russian university of economics named G.V.
Plekhanov
Moscow, Stremyanny lane, 36*

Мальцева Елена Геннадьевна

*Кандидат экономических наук, доцент, проректор
Государственный аграрный университет
Северного Зауралья
г. Тюмень, ул. Республики, 7*

Maltseva Elena Gennadievna

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Vice Rector
Agrarian state university of the Northern TRANS-
Urals
Tumen, Republic st., 7*

Глубокий экономический кризис в России в 2014-2015 годы еще раз указывает на необходимость определения стратегических целей развития общества с учетом безопасности и устойчивости национальной экономики на базе инноваций. Следует отметить, что Правительство РФ, как отметил Д.А. Медведев, до сих пор не определили, а лишь должны сформулировать «для себя стратегические цели, задачи, которые мы хотим решить» [1, с.6].

Актуальность стратегического планирования на всех этапах социально-экономического развития определяется рядом обстоятельств:

– необходимостью формировать научно-технический потенциал, обеспечивающий устойчивое инновационное развитие экономики в долгосрочной

перспективе (в настоящее время более 50% респондентов отмечают, что в перспективе «темпы экономического роста постепенно вызывают тревогу. Успехи чередуются с неудачами» [2.с.54]);

- быстрыми изменениями технологии, техники и организации производства, что предопределяет комплексный подход к научным исследованиям, их апробации и серийному использованию, что возможно достичь только в стратегическом плане, где взаимоувязываются этапы нововведений, имеющих разрывы во времени и пространстве;

- истощением в перспективе сырьевых и природных невозполнимых (трудно восполнимых) ресурсов, что предполагает своевременный поиск альтернативных источников ресурсов или (и) щадящему (эффективному, природоустойчивому) их использованию, что возможно достичь только в стратегическом плане.

В условиях кризиса необходимость разработки стратегии и стратегического плана еще более востребована, хотя Правительство РФ в этот сложный период вообще отказывается даже от среднесрочного планирования. Призывая к безусловной необходимости стратегического планирования, следует обратить внимание на специфику обоснования стратегии и плана с учетом высокой неопределенности развития экономики в условиях кризиса, а также сокращения резервов для маневра при наступлении неблагоприятных ситуаций.

Если рассматривать последние решения Правительства РФ по совершенствованию управления, в том числе, планирования (программно-целевого, стратегического), то они носят бессистемный характер и не согласованы между собой. В частности, Постановлением Правительства РФ от 17.10.2013г. №931 определено, что «при формировании государственных программ учитываются цели, задачи и мероприятия приоритетных национальных проектов», хотя проекты должны разрабатываться для реализации программных заданий. А в Постановлении Правительства РФ от 26.12.2014г. №1507 указано, что «значения целевых показателей (индикаторов) государственной программы должны формироваться с учетом параметров прогноза социально-экономического развития Российской Федерации». В Федеральном Законе Российской Федерации №172 (июль 2014года) «О стратегическом планировании в Российской Федерации» внимание сосредоточено на прогнозировании угроз и рисков (что касается инновационного, устойчивого и эффективного развития, то этот аспект стратегического планирования в Законе не просматривается).

В то же время стратегическое планирование позволяет превратить долгосрочное, стабильное и инновационное развитие экономики в управляемый процесс целенаправленного движения от исходного состояния дел (в частности, кризиса) к намеченной цели (инновационной экономике). Траектории такого движения могут быть различными, каждой из них соответствует определенный вариант развития, и выбор наиболее эффективного варианта – одна из задач стратегического планирования.

В основе разработки любого плана лежит определение исходного и конечного состояний, на которых и сосредоточено внимание в процессе составления

плана. Что касается исходного состояния, то современная экономика характеризуется затяжным финансово-экономическим кризисом, выход из которого пока не просматривается. Обострение кризиса в 2014-2016 годах помимо экономического спада приводит к снижению уровня жизни населения. Так, в 2015 году реальные доходы населения сократились на 11%, в 2016 году планируется (в соответствии с принятым бюджетом) снижение реальных доходов населения еще на 9% (по некоторым оценкам – на 12%). Заработная плата в государственном секторе (бюджетных учреждениях) заморожена, в некоторых сегментах – сокращена (так на оплату труда работникам федеральных образовательных учреждений в 2016 году выделяется средств на 9% меньше, чем в 2015 году, или на 24,1 млрд.руб.). Пенсии в 2016 году (их базовая часть) увеличивается лишь на 4%, хотя должна быть увеличена на уровень инфляции 2015 года (т.е. на 12%). Снижение доходов населения – это уменьшение совокупного спроса (розничный товарооборот за 2015 года сократился на 10% по отношению к тому же периоду 2014 года, та же тенденция прогнозируется и в 2016 году), что ведет к сокращению прибыли и инвестиций, а соответственно объему производства и налоговых поступлений. Свидетельство системных недостатков – это искажение экономических отношений, в том числе негативное восприятие предпринимателями деловой среды (индекс предпринимательской активности за последние годы сократился и имеет критическое значение менее 50%). Предприниматели не заинтересованы в инвестировании в развитие предприятий из-за высоких рисков, связанных, в том числе, с постоянным изменением «правил осуществления предпринимательской деятельности». Отсутствие стратегического плана у Правительства РФ по целенаправленному выходу из кризиса не дает возможности и предпринимателям сформировать свои долгосрочные стратегии, а в результате – даже при скромных кризисных заработках, отток капитала из России составил в 2014-2015 годах более 200 млрд.долларов. Можно констатировать, что сформировались устойчивые негативные тенденции в экономике, что разрушительно отражается и на социальной сфере. По сути, это «выживание и бизнеса и человека в неопределенной социально-экономической среде».

Характер бюджета на 2016 год (отказ от 3-летнего бюджета еще раз указывает на принцип выживаемости в неопределенной среде, принятый Правительством в качестве приоритетного) показывает на недалекость Правительства РФ и прежний характер их деятельности: поделить то, что дает импорт энергоресурсов (экономика дележа). Дефицит бюджета, увеличение государственного долга, увеличение расходов на обслуживание государственного долга (10,6% доля на обслуживание государственного долга в бюджетных расходах 2016 года, тогда как в 2011 году эта доля составляла 6,1%) – это все реалии современной экономики России (при этом нет достаточно ясной и инновационно ориентированной стратегии выхода из кризиса и придания экономики устойчивого, эффективного и поступательного развития). Нерациональное сокращение самых важных статей расходов – на образование, науку – формирующих долгосрочный потенциал эффективного и долгосрочного развития эконо-

мики на инновационной основе позволяет утверждать, что кризис будет воспроизводиться также часто, как будут снижаться цены на энергоносители, экспортируемые Россией.

На фоне кризиса при отсутствии достаточно обоснованной государственной стратегии обесценивается планирование как инструмент управления во всех сферах, что привело к такой особенности поведения предпринимателей, да и населения в целом, как фатализм и жизнь одним днем, т.е. «от наших усилий мало что зависит». Выживание в неопределенной экономической среде вряд ли способствует инвестиционной активности предпринимателей, особенно в инновации.

С учетом критического состояния экономики и высокой неопределенности результатов научных исследований государство должно принимать на себя функции интеллектуально-информационного центра регулирования и стратегического планирования развития экономики, поддержания соответствующей научно-технологической среды. Стратегическое планирование формирует план на долгосрочную перспективу (свыше 3-5 лет в зависимости от стабильности и неопределенности внешней среды) и определяет стратегию развития страны, отдельных видов экономической деятельности, как базовую основу стабильного и устойчивого долгосрочного функционирования предпринимательских структур, которые ориентируются на стратегию развития страны. Результатом стратегического планирования являются:

- определение приоритетов долгосрочного развития национальной экономики на основе выявления и учета экономических закономерностей; взаимодействия множества внутренних и внешних экономических процессов, факторов и явлений; определения угроз, рисков и возможных потерь от их наступления с обеспечением комплекса мер по их предотвращению;

- формирование перечня научно-технических целевых программ (их должно быть не более 10 в отличие от современных 132 федеральных и множества региональных целевых программ и подпрограмм), решающих проблему перехода экономики на инновационный тип и обеспечивающих повышение качества жизни населения страны;

- разработка инновационных проектов для реализации научно-технических программ и принципы (основные правила) их ресурсного обеспечения;

- обоснование структурной перестройки экономики с учетом обеспечения национальной (экономической, продовольственной, сырьевой) безопасности и формирования портфеля нормативно-законодательных и организационных преобразований, стимулирующих эти изменения;

- принятие (уточнение действующих) законов и нормативных актов, стимулирующих инвестиционную, инновационную и деловую активность предпринимателей (развитие государственно-частного партнерства по ключевым инновационным проектам, государственный протекционизм и поддержка перспективных направлений вложений капитала и другие).

Следует иметь в виду, что точечные, локальные и не понятно что преследующие перепланировки системы управления в государственном секторе не могут дать сколько-нибудь положительного результата. При этом должно быть

исключено лоббирование в любых его проявлениях при решении стратегических задач развития страны (ведь делить скоро будет нечего).

В стратегическом планировании при определении конечного состояния экономики страны (региона, кластера) в долгосрочной перспективе применяется два подхода: планирование от достигнутого уровня в соответствии со сложившимися закономерностями и тенденциями развития и планирование от конечных целей. Хотя первый подход для решения проблемы выхода из кризиса и формирования условий эффективного и инновационного развития экономики не пригоден (но именно он активно применяется в нашей стране), его инструменты могут использоваться для достижения соответствующих параметров сбалансированности между ресурсами и их использованием. Методологически этот подход состоит в том, что исходя из ожидаемых ресурсов оптимизируются темпы роста объемных и качественных показателей, а также пропорции развития видов экономической деятельности. Эти процедуры завершаются разработкой мероприятий по повышению эффективности использования ресурсной базы. Подход, учитывающий ресурсные возможности, необходимо рассматривать в комплексе с целевым подходом [подробнее см.3, с.85-112].

Стратегическое планирование от конечных целей предполагает:

- уточнение цели и задач развития экономики страны, ее регионов и наиболее значимых кластеров с учетом прогнозов, относящихся к внутренней и внешней среде;

- обоснование желаемого (идеального) состояния национальной экономики с применением целевых нормативов и показателей в долгосрочной перспективе с учетом внешних угроз и рисков;

- оценка основных условий и особенностей внутренней среды, анализ этапов и закономерностей развития видов (кластеров) деятельности в перспективе по достижению желаемого уровня, оценка возникающих при этом проблем, уточнение степени обеспеченности необходимыми материальными и трудовыми ресурсами целевого варианта развития;

- уточнение и взаимоувязка показателей стратегического плана с учетом: ресурсных ограничений, возможного изменения внешних условий, а также изменения предпочтений потребителей товаров и услуг (по видам деятельности);

- выявление наиболее значимых проблем в достижении поставленных целей и невозможностью их решить в действующих законодательно-нормативных условиях и трендах развития; определение перечня научно-технических и социальных программ, обеспечивающих реализацию цели в намеченные сроки.

Эти два подхода предполагают использование методов планирования, дифференцированных адекватно процедурам и идеи стратегического плана (имитационное и математическое моделирование экономических, финансовых и социальных процессов в долгосрочной перспективе; программно-целевой метод, предполагающий разработку целевых нормативов и показателей, количественно описывающих поставленные цели, и отображающих идеальное состояние экономики в перспективе; метод сетевого планирования, взаимоувязывающий во времени и пространстве потребности в ресурсах и источники их получения и другие).

Стратегическое планирование создает ориентиры производительности, представление о конкурентных преимуществах, план действий по выходу из кризиса и последующего поступательного эффективного и безопасного развития. Без тщательно сформулированной национальной стратегии и ее широкого обсуждения и последующей реализации деятельность предпринимательских структур по выходу из кризиса теряет смысл, утрачивается конкурентоспособность, что ведет к внутреннему застою и ухудшению результатов. Кроме того, действия отдельных министерств, отделов и кластеров должны представлять собой единое скоординированное целое. Единая национальная стратегия – вот база для объединения действий и решений разных организаций в одно целенаправленное усилие.

Список используемых источников:

1. Медведев Д. Новая реальность. Россия и глобальные вызовы // Вопросы экономики. 2015. №10. С. 5-29.
2. Карева Д.Е., Шмит В.В. Будущее российской экономики глазами «отцов» и «детей» // ЭКО. №12. С. 45-65.
3. Савкина Р.В., Мальцева Е.Г. Организация предпринимательской деятельности. М.: КНОРУС, 2015. 216 с.

© 2016, Савкина Р.В., Мальцева Е.Г.

Особенности стратегического планирования в условиях кризиса

© 2016, Savkina R.V., Maltseva E.G.

Features of strategic planning in crisis

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.307

Поступила (Received): 09.03.2016

**Свиридова В.А., Косарева Н.Ф., Хамутских Е.Ю.
К вопросу об оценке экономической
эффективности ИТ-проектов**

**Sviridova V.A., Kosareva N.F., Hamuttskih E.Yu.
On the estimate of the cost-effectiveness of IT projects**

В статье кратко раскрыты количественные подходы при проведении оценки коммерческой эффективности проектов. Рассмотрены качественные методы, сбалансированная система показателей. На основе анализа существующих методов оценки исследованы недостатки основных показателей оценки эффективности проектов. Сделано обобщение о приемлемости применения основных показателей оценки проектов не в полной мере в связи со специфическими особенностями проектов

Ключевые слова: эффективный, оценка, система сбалансированных показателей

Свиридова Валерия Александровна

Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова
г. Магнитогорск, пр. Ленина, 38

Косарева Наталья Федоровна

Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова
г. Магнитогорск, пр. Ленина, 38

Хамутских Евгения Юрьевна

Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова
г. Магнитогорск, пр. Ленина, 38

The article briefly disclosed quantitative approaches in assessing the commercial efficiency projects. Qualitative methods are considered, balanced scorecard. On the disadvantages of the main indicators to measure the effectiveness of projects based on the analysis of existing evaluation methods were studied. Make generalizations about the admissibility of the main application project evaluation indicators are not fully related to the specific features of the project

Key words: efficient assessment, balanced scorecard

Sviridova Valeriya Aleksandrovna

Magnitogorsk state technical university named G.I. Nosov
Magnitogorsk, Lenina st., 38

Kosareva Natalya Fedorovna

Magnitogorsk state technical university named G.I. Nosov
Magnitogorsk, Lenina st., 38

Hamuttskih Evgeniya Yurievna

Magnitogorsk state technical university named G.I. Nosov
Magnitogorsk, Lenina st., 38

Оценка экономической эффективности ИТ-проекта является обязательной составляющей его технико-экономического обоснования. Можно выделить три основные группы методов, позволяющих определить эффект от внедрения: финансовые (они же количественные), качественные и вероятностные. Автоматизация – тонкий процесс, и далеко не в каждом бизнес-процессе можно оценить финансовую составляющую эффекта от нее. Именно поэтому, чтобы более полно проиллюстрировать конечный эффект от внедрения ИТ-систем, помимо

финансовых методов мы вынуждены использовать методы нефинансового анализа. И применение всех трех групп методов в конце концов приводит нас к верной оценке эффективности ИТ-систем.

Основные финансовые методы определения эффективности ИТ-проектов:

1. NPV (Netpresentvalue) – чистый приведенный доход или чистая приведенная стоимость, это зависит от формулировки.

2. IRR (Internalrateofreturn) – внутренняя норма доходности или внутренняя норма рентабельности, это тоже зависит от формулировки.

3. Payback – срок окупаемости инвестиций.

К качественным методам оценки эффективности ИТ-проектов относятся метод информационной экономики, метод системы сбалансированных показателей который базируются на одной идее – целей, приоритетов и показателей по ним.

Первый метод, который можно упомянуть, получил название информационной экономики (InformationEconomics). Его идея в том, что топ-менеджмент компании и ИТ-служба организуют некую систему координат – определяют приоритеты в развитии бизнеса компании и расставляют приоритеты проектных критериев – еще до рассмотрения какого-либо ИТ-проекта. И тогда проект оценивается на соответствие этим разработанным критериям.

Еще больше конкретности в этот подход вносит метод, получивший название IT Scorecard. Его идея состоит в том, чтобы адаптировать подход BSC для ИТ-отдела. Как и в традиционном BSC, в IT Scorecard выбираются четыре сбалансированных направления влияния ИТ на бизнес компании. В классическом и самом применяемом случае эти направления следующие: помощи в развитии бизнеса компании, повышение качества продукции, повышение качества принятия решений и повышение производительности труда. Затем, как и в BSC, по каждому направлению определяются цели, другими словами – ориентиры, характеризующие желаемое место ИТ в бизнесе компании в будущем. Именно эти цели составляют стратегию развития ИТ-отдела будут трансформированы на операционный уровень, то есть в конкретные ИТ-проекты. Обычно это те же приоритеты проектных критериев, что и в методе информационной экономики, только сгруппированные по направлениям.

В заключение отметим, что применение BSC-системы дает предприятию существенные преимущества. Они заключаются в том, что BSC-система является инструментом реализации фирменной стратегии. Её применение позволяет проверить действующую стратегию на полноту, последовательность, актуальность. Она позволяет управлять процессами увеличения стоимости предприятий, является прекрасным инструментом для информирования внешних потребителей и осуществления стратегических коммуникаций, а также формализации стратегии при ее расплывчатой формулировке, носящей политический характер.

Список используемых источников:

1. Бикчурина А.И., Сторожева Е.В. Применение количественных статистических инвестиционных методов оценки экономической эффективности в информационных технологиях // *Теплотехника и информатика в образовании, науке и производстве (ТИМ-2015)*. 2015. С. 204-207.

2. Хамутских Е.Ю., Сторожева Е.В. Актуальность профилактики и противодействия радикализации Интернет-экстремизма в молодежной среде // Информационная безопасность и вопросы профилактики киберэкстремизма среди молодежи. Магнитогорск: Дом Печати, 2014. С. 183-187.
3. Каширин Б.А., Хамутских Е.Ю. Методика преподавания темы «Правовые основы противодействия киберэкстремизму и киберэкстремизму в среде молодежи» для студентов педагогических специальностей вузов // Информационная безопасность и вопросы профилактики киберэкстремизма среди молодежи. Магнитогорск: Дом Печати, 2014. С. 107-114.
4. Попова Е.В., Сторожева Е.В. Безопасность платёжных систем в Интернет // Теоретические и прикладные вопросы науки и образования. Ч. 1. Тамбов: Консалтинговая компания Юком, 2015. С. 120-122. URL: <http://www.ucom.ru/doc/conf/2015.01.31.01.pdf>
5. Сторожева Е.В., Давлеткиреева Л.З., Ошурков В.А., Старков А.Н., Макашова В.Н., Хамутских Е.Ю. Интегрирование сервисов облачных технологий в контексте информационной безопасности электронных платежных систем. Магнитогорск: изд-во Магнитогорск гос. техн. ун-та. им. Г.И. Носова, 2015. 149 с.
6. Иванова А.А., Бобина Е.С., Сторожева Е.В. Применение технических программно-аппаратных средств для защиты информации в информационных системах // Антикризисные Технологии в экономике как фактор развития современного общества. Саратов. 2015. С. 25-30.
7. Измайлов Д.Г., Сторожева Е.В. Применение метода информационная экономика для оценки экономической эффективности WEB-приложения // Информационные технологии в науке, управлении, социальной сфере и медицине. Томск. 2015. С. 304-304.
8. Сторожева Е.В., Хамутских Е.Ю. К вопросу об актуальности оценки эффективности внедрения информационных систем в предприятия малого и среднего бизнеса // Информационные технологии в науке, управлении, социальной сфере и медицине. Томск. 2015. С. 299-301.
9. Скокова И.К., Сторожева Е.В. Применение IT-технологии для модернизации бизнес-процесса информационного обеспечения предприятия // Современная техника и технологии. 2015. № 3 (43). С. 29-32.
10. Потапова Е.А., Сторожева Е.В. Оценка эффективности проектов // Информационные технологии в науке, управлении, социальной сфере и медицине. Томск. 2015. С. 357-359.

© 2016, Свиридова В.А., Косарева Н.Ф.,
Хамутских Е.Ю.

К вопросу об оценке экономической
эффективности ИТ-проектов

© 2016, Sviridova V.A., Kosareva N.F.,
Hamuttskih E.Yu.

On the estimate of the cost-effectiveness of IT
projects

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.310

Поступила (Received): 01.03.2016

Харина Е.В., Гайдарь Е.В.
Проблемы и перспективы внедрения информационных систем и технологий на предприятии

Kharina E.V., Gaidar E.V.
Problems and prospects of introduction of information systems and technology in the enterprise

Рассмотрены преимущества использования информационных систем и технологий на предприятиях в современных условиях хозяйствования. Охарактеризованы виды сопротивления при внедрении и использовании информационных систем. Рассмотрены проблемы при их внедрении и варианты решения, изложены предложения по совершенствованию внедрения и использования информационных систем и технологий на предприятиях

Ключевые слова: информация, информационная система, информационная технология, сопротивление

Discusses the advantages of using information systems and technologies at the enterprises in modern economic conditions. An outline of the types of resistance during the implementation and use of information systems. The problems of their implementation and solutions set out proposals to improve the implementation and use of information systems and technologies in enterprises

Key words: information, information system, information technology, resistance

Харина Екатерина Владимировна

*Кандидат экономических наук, доцент
Донецкий национальный технический университет
Украина, г. Донецк, ул. Артема, 58*

Kharin Ekaterina Vladimirovna

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Donetsk national technical university
Ukraine, Donetsk, Artema st., 58*

Гайдарь Елена Валентиновна

*Кандидат экономических наук, доцент
Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского
Украина, г. Донецк, ул. Щорса, 31*

Gaidar Elena Valentinovna

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Donetsk national university of economics and trade named M. Tugan-Baranovsky
Ukraine, Donetsk, Shchorsa st., 31*

Развитие экономики определяется сегодня и будет определяться в ближайшие десятилетия достижением нового качественного уровня фундаментального процесса развития новых информационных технологий. Он тесно связан с процессами информатизации и компьютеризации всех сфер человеческой деятельности.

Анализ современного состояния развития информационных систем является особенно актуальным, а успешное функционирование предприятия в значительной степени зависит от эффективного руководства, которое базируется на принятии эффективных управленческих решений и обосновании перспективных концепций развития согласно своевременной, достоверной и полной

информации, которую может предоставить соответствующая информационная система.

Внедрение информационных систем позволяет руководству предприятий получать оперативный доступ к необходимой информации с тем, чтобы в дальнейшем эффективно ее использовать для решения поставленных задач в разных сферах деятельности.

Создание и использование информационных систем и технологий для любого предприятия направлены на решение следующих задач:

- структура информационной системы, ее функциональное назначение должны соответствовать целям, стоящим перед организацией.
- информационная система должна контролироваться людьми и использоваться в соответствии с основными социальными и этическими нормами;
- обработка и передача достоверной, надежной, своевременной и систематизированной информации.

Анализ последних исследований и публикаций.

Среди ученых, работы которых связаны с концепциями формирования, анализом информационного общества, информации, функционированием и развитием информационных систем и технологий, можно выделить Д. Белла, Е. Тоффлера, Н. Винера, М. Кастельса, В.Л. Иноземцева, В.Н. Амитана, А.М. Березу.

Несмотря на большое количество публикаций, недостаточно внимания уделено исследованию проблем, связанных с функционированием и возникновением сопротивления, которые имеют место при внедрении информационных систем и технологий в связи с их развитием в условиях построения нового информационного общества.

Постновка задачи. Определение проблем при внедрении информационных систем и технологий на предприятиях и перспектив развития предприятий с применением информационных технологий, которые обеспечивают своевременное и эффективное принятия управленческих решений.

Изложение основного материала.

В современных условиях хозяйствования многие предприятия не осознают в полной мере всего имеющегося потенциала информационных ресурсов.

Использование информационных систем характеризуется их всепроникающим характером и скоростью внедрения во все сектора: промышленность, сферу услуг, государственное управление, образование и т.п. Они оказывают влияние на все стороны хозяйственной деятельности предприятий. В связи с таким расширением можно было бы ожидать высоких темпов их роста и расширения масштабов внедрения и практического использования [4].

Предприятия, на которых в полном объеме используются все возможности внедренных информационных систем могут лучше спрогнозировать динамику рыночных тенденций и действовать без промедления, более обоснованно принимать решение. Как правило, предприятия приходят к осознанию внедрения информационных систем самыми различными путями. Данная необходи-

мость может возникнуть при решении любой проблемы, при перестройке процесса деятельности предприятия, или даже при анализе деятельности конкурентов.

Необходимо заметить, что использование информационных систем и технологий сегодня – это уже необходимость, а не конкурентное преимущество для повышения эффективности и производительности всех процессов на предприятии.

Одним из преимуществ, при внедрению информационных систем является сокращение бумажной работы. Ведь когда вся информация собрана в непосредственной близости в одном месте – это намного удобнее, чем собирать ее в бумажном виде.

Таблица 1. Виды сопротивления при внедрении и использовании информационных систем

Сопротивление	Описание
«Технологические»	<ul style="list-style-type: none"> - ограничение в наличии компьютеров и компьютерных программ; – высокая стоимость компьютеров и компьютерных программ; – недостаточная формализация процессов управления на предприятии; – необходимость изменения технологии бизнес процесса.
«Организационные»	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие полного понимания у руководителей механизмов реализации решений и того, как работают исполнители; – противодействие организационной культуры внедрению информационной системы; – недостаточное внимание к информационной системе со стороны высшего руководства; – необходимость формирования квалифицированной команды
«Личные»	<ul style="list-style-type: none"> - сопротивление работников и руководителей (через страх перед неизвестным, необходимости в гарантиях, когда под угрозой оказывается собственное рабочее место и др); – недостаточный уровень знаний персонала; – отсутствие у подчиненных привычек такого рода работы; – нежелание выполнять дополнительную работу; – противодействие отделов общему использованию данных.
«Другие»	<ul style="list-style-type: none"> - противодействие клиентов информационному обеспечению; – отсутствие должностных инструкций для подчиненных, в которых ничего не сказано о необходимости выполнять такие виды работ; – прошлый негативный опыт, связанный с проектами изменений.

Информационные технологии позволяют снизить влияние человеческого фактора, то есть уменьшить количество ошибок, а часто и уменьшить штат сотрудников. Некоторые крупные предприятия считают, что платить заработную плату сегодня менее выгодно, чем совершенствовать программное обеспечение.

Также к преимуществам использования информационных систем и технологий относят: снижение расходов, увеличение скорости доступа к информации. При этом появляется больше свободного времени у персонала, который можно использовать более эффективно.

Но процесс внедрения информационных систем имеет и обратную сторону. Любое предприятие, проходя через изменения, чаще всего реагирует на них сопротивлением со стороны персонала и ограниченностью ресурсов на предприятии (табл. 1).

Последнее десятилетие информационные технологии все больше и больше внедрялись в бизнесе: это системы автоматизированного проектирования и программы финансового учета, это внедрение штрих-кодирования, системы планирования производства и т.п. На сегодняшний день уже не найдешь предприятие, которое бы не использовало современные технологии хотя бы для бухгалтерского учета.

Сейчас уже можно говорить о том, что внедрение информационных систем значительно облегчает работу специалистов. Но нужно заметить, что их внедрение нуждается в первую очередь в обучении сотрудников, иногда это требует выезд сотрудников из города в учебный центр или приглашение специалиста для них, а это, несомненно, требует дополнительных расходов со стороны предприятия.

Итак, внедрение информационных систем на предприятиях имеет ряд преимуществ: повышение производительности труда, сокращение времени выпуска продукции, уменьшение штатного количества сотрудников, что позволит сократить расходы на оплату труда и снизить риски возникновения ошибок и дублирования информации при работе, увеличение доходов.

Такие преимущества можно получить только при грамотном внедрении и использовании информационных технологий на предприятии, а это не простая задача, т.к. в первую очередь необходимо устранить все препятствия по их внедрению, а это соответственно требует значительных расходов, времени и опыта специалистов в данной области.

Для решения вопроса о создании информационных систем необходимо исследовать структуру управления на предприятии, потоки необходимой информации. Как правило, любое предприятие является сложным комплексом, который создан из нескольких объектов, имеющих собственные управляемые процессы и управляющие части. Большинство производственных предприятий имеет трехуровневую иерархическую структуру.

На нижнем уровне находится инженерно-технический персонал, непосредственно управляющий процессом выпуска продукции и ее распределением. Здесь осуществляется оперативное управление. На втором – среднем – уровне принимаются тактические решения. Они могут быть как регламентированные,

так и нерегламентированные. К регламентированным решениям относятся такие, следствия которых хорошо изучены и помогают в достижении совокупности целей, установленных на высшем уровне – вершине иерархии. Ряд решений на тактическом и подавляющее большинство решений на стратегическом уровнях не регламентируются. Они характеризуются неструктурированностью и нестандартностью.

На техническом уровне решения являются структурированными, хорошо определенными и отвечают заданной схеме. Действия определяются набором логических, обусловленных, постоянных и описанных правил в пределах строгих ограничений. Принятие решений программируется и может быть автоматизировано с помощью автоматизированных информационных систем (АИС) на базе компьютерной техники [3].

Существует три основных варианта решения проблемы по внедрению информационных систем.

Первый путь – разработка системы собственными силами. По этому пути идут многие организации. Очень часто для автоматизации расчетов применяются процедуры, написанные средствами офисных программ (характерный пример – макросы для Excel). Однако при развитии бизнеса, такие средства перестают удовлетворять, поскольку не предусматривают управления данными, которые имеют сложную структуру.

Второй путь – приобретение универсальной системы или пакета прикладных программ. Выбор систем такого рода ограничивается, в основном, бухгалтерскими программами. Причина заключается в том, что бухгалтерский учет имеет строгую и консервативную методологию. Несмотря на частые изменения законодательства, формы отчетных документов, принципы и структура данных остаются практически неизменными. Коммерческая же деятельность отличается большим разнообразием на разных предприятиях. Поэтому, универсальных пакетов для комплексной автоматизации коммерческой деятельности, а не только бухгалтерии, немного. Как и бухгалтерские программы, они требуют настройки. Решение о приобретении универсальной системы позволяет относительно небольшими средствами решить многие проблемы, связанные с информационным обслуживанием бизнеса.

Третий путь состоит в делегировании функций и полномочий по внедрению информационных технологий внешним организациям (аутсорсинг). Этот современный подход пока редко применяется в современных условиях. При правильном выборе фирмы – исполнителя достигаются ощутимые преимущества: экономия средств за счет применения решений, ядро которых прошло успешное внедрение на других предприятиях. Цена таких систем ниже, чем у систем, которые разрабатываются «с нуля»; профессионализм выполнения; сервисная поддержка; возможность развития системы соответственно с развитием бизнеса.

Выводы. Информационные системы на предприятиях обеспечивают определенные преимущества перед конкурентами автоматизируя операции внутри системы и улучшая качество, поставку конечного продукта предприя-

тия. Преимущества внутри самой организации заключаются в поддержке операционного контроля, организации управленческого контроля и в стратегическом планировании. Внедрение информационных систем способствует совершенствованию организационных структур, так как предполагает определение расчетной, т.е. научно – обоснованной численности аппарата управления по структурным подразделениям.

С целью совершенствования управления по внедрению и использованию информационных систем и технологий на предприятиях необходимо:

- привлекать высокопрофессиональных специалистов для организации работ по планированию и внедрению современных информационных систем и технологий на предприятиях;

- разрабатывать программы (проекты) внедрение новых информационных

- технологий на предприятии исходя из тактических и стратегических целей его развития;

- планировать развитие информационной инфраструктуры предприятия.

Список используемых источников:

1. Андрієнко В.М., Пономаренко Н.Ш., Харина К.В., Фінагіна О.В. Інформаційна діяльність в середньому і малому бізнесі. Донецьк: Юго-Восток, 2008. 219 с.
2. Гайдарь Е.В. Управление финансами предприятия в условиях экономических реформ // Научный альманах. Тамбов. 2015. № 10-1(12).
3. Гайдарь Е.В. Оптимизация структуры информационного обеспечения учета на предприятиях // Культура народов Причерноморья. Севастополь. 2013. № 260. 193 с.
4. Гайдар О.Г., Гайдар О.В. Використання системи «КОМПАС» у розв'язанні оптимізаційних задач // Інновації і якість вищої освіти. Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. С. 196-197.
5. Лиходедов Н.П., Товстых Л.Е. Информационные ресурсы для бизнеса. СПб: Питер, 2009. 205 с.
6. Левицький С.І., Лепа Р.М., Коваленко Ю.А., Фінагіна О.В., Харина К.В. Монографія. Інформаційні системи на підприємстві: розвиток теорії і практики. Донецьк: НАН України. Ін-т економіки промисловості, 2007. 250 с.
7. Пономаренко Н.Ш. Оцінка вибору сервісних інформаційних технологій на основі джерел фінансування // Новое в экономической кибернетике. Донецьк: ДонНУ, 2008. № 4. С. 101-117.
8. Фінагіна О.В., Харина К.В., Манн Р.В., Матвиенко О.Д., Цветнова О.В. Монографія. Інформаційний аспект розвитку фінансового менеджмента. Донецьк: ДонІЗТ, 2013. 250 с.

© 2016, Харина Е.В., Гайдарь Е.В.

Проблемы и перспективы внедрения
информационных систем и технологий на
предприятии

© 2016, Kharina E.V., Gaidar E.V.

Problems and prospects of introduction of information
systems and technology in the enterprise

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.316

Поступила (Received): 18.03.2016

Харисова Р.Г.
Основные элементы внутреннего контроля
стратегии развития организации

Kharisova R.G.
The main elements of the internal control of
the organization's strategy development

В статье рассмотрены актуальные вопросы организации процесса внутреннего контроля стратегии развития организации. Изучены такие инструменты контроля как наблюдение, интервью, тестирование, прослеживание в информационной системе подготовки отчетности, инспектирование, аналитические процедуры (анализ стратегии, анализ конкурентов, прогнозирование продуктов, SWOT-, STEP- и SPACE-анализ)

Ключевые слова: внутренний контроль, стратегия развития, инструменты контроля

Харисова Резеда Гамиловна
Казанский государственный аграрный университет
г. Казань, ул. К. Маркса, 65

The article deals with topical issues of the organization of the internal control strategy of the organization. Studied such control tools as observation, interviews, testing, tracking information system reporting, inspection, analytical procedures (strategy analysis, competitor analysis, forecasting products, SWOT-, STEP- and SPACE-analysis)

Key words: internal control, strategy development, monitoring tools

Kharisova Reseda Gamilovna
Kazan state agrarian university
Kazan, K. Marx st., 65

В процессе внутреннего контроля стратегии развития организации следует: проверить, обосновано ли сформирована стратегия развития сельскохозяйственной организации, насколько она реалистична и достижима в современных условиях; выделить объекты контроля, к которым относятся целевая направленность организации, результаты планово-контрольных расчетов, показатели стратегического и целевого планирования; проверить эффективность функционирования внутреннего контроля посредством тестирования; проверить объекты внутреннего стратегического контроля, посредством тестирования «по существу» [5-6].

Методическое обеспечение внутреннего контроля стратегии развития включает в себя такие инструменты, как: наблюдение, интервью, тестирование, прослеживание в информационной системе подготовки отчетности, инспектирование и др [1-4]. К аналитическим процедурам, применяемым в ходе контроля стратегии развития можно отнести анализ стратегии, анализ конкурентов, прогнозирование продуктов, SWOT-, STEP- и SPACE-анализ.

С помощью STEP-анализа осуществляют оценку стратегического климата внешней среды, а к его результатами относят экспертную оценку факторов внешнего окружения и структуризацию пространства. В процессе STEP-анализа осуществляется диагностика макросреды, изучаются рынок, направление и потенциал бизнеса с учетом таких основных аспектов деятельности организации, как политический, экономический, социальный и технологический. Политический аспект характеризуется государственным регулированием деятельности сельскохозяйственной организации. Экономический аспект связан с формированием и распределением экономических ресурсов на государственном уровне. Социальный аспект ориентирован на формирование потребительского спроса населения на продукцию сельскохозяйственной организации в перспективе. Технологический аспект характеризует угрозы потери продукции организацией вследствие его вытеснения технологически более совершенным [13-16].

В процессе STEP-анализа определяются внешние стратегические факторы, которые влияют на деятельность сельскохозяйственной организации с высокой степенью вероятности, позволяют оценить возможность осуществления события для конкретной организации с учетом присвоенного веса от единицы (существенное) до нуля (несущественное). Далее оценивают влияние каждого фактора на стратегию развития организации, определяют взвешенные оценки, умножив вес фактора на величину его воздействия, подсчитывают суммарную взвешенную оценку для организации [17-21].

Для получения объективной картины о стратегическом положении проверяемого объекта, необходимо использовать SWOT-анализ, который систематизирует имеющуюся в наличии информацию и позволяет принять связанные с бизнесом взвешенные решения. Классический SWOT-анализ позволяет определить слабые и сильные стороны в функционировании сельскохозяйственной организации, выявить благоприятные возможности и вероятные внешние угрозы и осуществить их оценку в баллах относительно среднеотраслевых показателей или данных стратегически более значимых конкурентов. Информацию SWOT-анализа отражают в таблице в разрезе слабых (W) и сильных (S) сторон в деятельности организации, ее вероятных внешних угроз (T) и благоприятных возможностей (O).

В осуществлении аудита стратегии развития сельскохозяйственной организации выделяются следующие этапы: проверка соответствия целей стратегического планирования и критерия выбора стратегии, проверка системы управления рисками, правильности стратегической оценки активов организации, реальности существенных показателей; разработка стратегических изменений и альтернатив; проверка планово-контрольных расчетов на основе использования оценочных матриц [7-12].

Таким образом, решающую роль в успешном функционировании организации, которая ориентирована на долгосрочную финансовую устойчивость, играет создание и развитие системы внутреннего контроля стратегии развития. С помощью данного контроля обеспечивается полнота и достоверность информации с целью неразрывной взаимосвязи элементов стратегического управления сельскохозяйственной организацией.

Список используемых источников:

1. Клычова Г.С., Леонтьева Ж.Г., Закирова А.Р., Клычова А.С., Заугарова Е.В. Аудит. Т. 1. Казань, 2014.
2. Клычова Г.С., Леонтьева Ж.Г., Закирова А.Р., Клычова А.С., Заугарова Е.В. Аудит. Т. 2. Казань, 2014. 491 с.
3. Закирова А.Р. Аудит управленческого учета в сельскохозяйственных организациях // Вестник Казанского государственного финансово-экономического института. 2007. № 3. С. 28-30.
4. Закирова А.Р. Организация системы внутреннего контроля в сельскохозяйственных предприятиях // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2010. № 3.2. С. 52-55.
5. Закирова А.Р., Мухаметзянова А.М. Аудит дебиторской задолженности в сельскохозяйственных организациях // Современные тенденции в образовании и науке. Тамбов, 2014. С. 43-44.
6. Закирова А.Р. Развитие систем и инструментов управленческого учета в сельскохозяйственных организациях // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2010. Т. 5. № 4 (18). С. 28-31.
7. Закирова А.Р., Харисова Р.Г. Проблема достоверности доказательств в аудите // Современные тенденции в образовании и науке. Тамбов, 2014. С. 44-45.
8. Клычова Г.С. Методика аудита материально-технического обеспечения предприятия // Инновационное развитие экономики. 2011. № 5. С. 82-87.
9. Клычова Г.С., Клычова А.С. Аудит бизнес-процессов предприятий аграрной сферы экономики // Научный альманах. 2015. № 7 (9). С. 108-112.
10. Клычова Г.С., Закирова А.Р., Зиятдинова А.Р. Развитие методики управленческого учета в свекловодческих организациях. Казань. 2010. 196 с.
11. Клычова Г.С., Закирова А.Р. Совершенствование системы внутреннего контроля сельскохозяйственных организаций в условиях вступления в ВТО // Бухучет в сельском хозяйстве. 2013. № 11. С. 35-39.
12. Клычова Г.С., Закирова А.Р. Методика формирования внутренней управленческой отчетности в сельскохозяйственной организации // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2011. № 1(19). С. 44-48.
13. Клычова Г.С., Закирова А.Р. Особенности оформления результатов управленческого аудита // Наука и образование в жизни современного общества. 2015. С. 81-83.
14. Клычова Г.С., Закирова А.Р., Гимадиев И.М. Особенности внутреннего аудита учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2014. № 3 (33). С. 37-43.
15. Клычова Г.С., Закирова А.Р. Особенности применения контрольно-аналитических процедур в системе управленческого учета // Современные аспекты экономики. 2015. № 10 (218). С. 52-56.
16. Клычова Г.С., Мавлеева Л.М. Необходимость применения скоринга в системе сельскохозяйственной кредитной потребительской кооперации // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2010. Т. 5. № 4 (18). С. 45-47.
17. Клычова Г.С., Заббарова Л.Р. Внутренний налоговый контроль предприятия // Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем. Уфа, 2015. С. 220-223.
18. Клычова Г.С., Закирова А.Р. Управленческий учет затрат в растениеводстве // Вестник Казанского ГАУ. 2006. №4. С. 13-15.
19. Мавлеева Л.М. Внедрение контроллинга в практику предприятий // Наука и образование в жизни современного общества. Тамбов. 2015. С. 86-88.
20. Фахретдинова Э.Н., Клычова Г.С. Особенности формирования учетной информации на предприятиях малого и среднего бизнеса в аграрном секторе // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2009. Т. 4. № 4 (14). С. 44-46.
21. Фахретдинова Э.Н. Бухгалтерская отчетность субъектов малого и среднего предпринимательства – как основа информационного обеспечения механизма управления // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2010. № 4. С. 427-431.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.319

Поступила (Received): 10.03.2016

Хачатурова С.С.**Основное назначение справочно-правовых систем****Khachaturova S.S.****The main purpose of legal reference systems**

Правовая информация является важной частью нашей повседневной жизни. Но её объем с каждым днем увеличивается чуть ли не в геометрическом масштабе и становится все сложнее и сложнее получать необходимые данные. К нам на помощь пришли справочно-правовые системы, главной задачей которых является донесение до людей необходимой нормативно-законодательной и справочно-правовой информации

Ключевые слова: право, технологии, информационные, справочные, нормативная, информация, закон, правовая, данные

Хачатурова Седя Сейрановна

Кандидат экономических наук, доцент
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
г. Москва, Стремянный пер., 36

Legal information is an important part of our daily life. However, its volume is increasing day by day almost in geometric scale and is becoming harder and harder to obtain the necessary data. We came to the aid of the reference and legal system, the main task of which is to convey to the people the necessary legislative and legal reference information

Key words: law, technology, information, reference, regulatory, information, law, legal, data

Khachaturova Seda Seiranovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Russian university of economics named G.V. Plekhanov
Moscow, Stremyanny lane, 36

С древних времен мы собираем и копируем информацию, так как она формирует наше представление об окружающем мире. В результате всего своего развития человечество использовало различные носители информации, начиная с бумажных и заканчивая компьютерными информационными технологиями. Изобретение компьютеров открыло новые возможности хранения и получения доступа к разнородной информации, что повлияло в том числе и на правовую отрасль.

Информация – это набор сведений об определенном событии или объекте. Информация, как правило, обладает набором свойств: полезностью, актуальностью, достоверностью и т. д. Информационные технологии – это набор определенных технологических средств, позволяющих работать с этой информацией.

Более подробно рассмотрим *правовую информацию*. Главным источником правовой информации признается нормативно-правовой акт, которым является документ, принятый государственным органом в определенной, установленной законом форме и нацеленный на установление, изменение или прекращение правовых норм. Все источники правовой информации делят на

официальные и неофициальные. К первым относят правовые акты органов власти. Под неофициальными понимаются распоряжения и акты, которые распространяются лишь на определенную организацию, а также решения судов по некоторым делам, акты нотариального органа, акты, в которых зафиксированы результаты научных достижений.

Таким образом, становится понятно, что правовая информация является важной частью нашей повседневной жизни. Но её объем с каждым днем увеличивается чуть ли не в геометрическом масштабе и людям становится все сложнее и сложнее получать необходимые данные. К нам на помощь пришли справочно-правовые системы, главной задачей которых является донесение до людей необходимой нормативно-законодательной и справочно-правовой информации.

Главной целью справочно-правовых систем является предоставить как можно более полную, достоверную, актуальную и понятную для пользователей информацию и как можно большему количеству пользователей. Они позволяют увидеть связь необходимого нормативно-правового акта с другими документами и проанализировать правовую проблему. Реальная отдача от работы со справочно-правовыми системами зависит от того, насколько полноценно используются все заложенные в них инструменты и функции.

Проанализировав возможности, которые предоставляют справочно-правовые системы, я пришла к выводу, что деятельность успешного специалиста невозможна без использования информационных систем [5].

Компьютеры заменили собой тонны материалов законодательства, библиотеки с томами комментариев компетентных специалистов. Превосходно и то, что многие справочно-правовые системы находятся в постоянном поиске и развитии, они становятся из года в год более усовершенствованными, что в итоге облегчает трудовую деятельность всех лиц, в том числе и экономистов, работающих с нормативно-законодательной и справочно-правовой информацией [4].

Список используемых источников:

1. Винтова Т.А., Коваль П.Е. Основы функционального моделирования автоматизированной системы управления персоналом // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2015. № 3. С. 171-175.
2. Новиков Д.Б., Камынин В.Л. Введение в правовую информатику. М.: Вычислительная математика и информатика, 1999.
3. Хачатурова С.С. КонсультантПлюс. М. 2003.
4. Хачатурова С.С. Проблемы экономического образования // Современные проблемы науки и образования. 2009. № 56. С. 7.
5. Хачатурова С.С. Необходимость использования в учебном процессе компьютерных справочно-правовых систем .. Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 12-2. С. 318-320.
6. Хачатурова С.С. Применение справочно-правовых систем для информационного обеспечения современного общества // МИФИ. Научная сессия – 2004. Т. 14. С. 57-58.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.321

Поступила (Received): 15.03.2016

Чухрова О.В.
**Особенности бухгалтерского учета полученных
грантов коммерческими организациями**

Chukhrova O.V.
Features of accounting received grants commercial organizations

Грант – это деньги или другое имущество, которые грантодатели безвозмездно и безвозвратно передают гражданам, либо организациям на определенных условиях. Бухгалтер коммерческой организации, получающей такого рода экономические выгоды, сталкивается с вопросами, как их учитывать при подготовке финансовых отчетов, так как в стандартах финансовой отчетности термин «грант» отсутствует. В статье отражены особенности бухгалтерского учета полученных грантов коммерческими организациями

Ключевые слова: бухгалтерский учет, грант, целевые поступления

Чухрова Оксана Викторовна

Кандидат экономических наук, доцент
Ростовский государственный экономический
университет
г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69

Grant – it's money or other property that the donors donated and permanently transfer to citizens or organizations on certain conditions. Accountant of the commercial organization, receiving this kind of economic benefit, faced with questions as they take into account in the preparation of financial statements, as the term "grant" is not in the financial reporting standards. The article describes the features of the accounting of grants received by commercial organizations

Key words: accounting, grant, revenue target

Chukhrova Oksana Victorovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rostov state economic faculty
Rostov-on-Don, B. Sadovaya st., 69

Грант – это деньги или другое имущество, которые грантодатели безвозмездно и безвозвратно передают гражданам, либо организациям на определенных условиях. Как правило, гранты выделяют на проведение научных исследований по конкретной проблеме, программ в сфере образования, искусства, охраны природы и т. д. Бухгалтер коммерческой организации, получающей такого рода экономические выгоды, сталкивается с вопросами, как их учитывать при подготовке финансовых отчетов, так как в стандартах финансовой отчетности термин «грант» отсутствует.

Грант, как и любое другое пожертвование, является собственностью грантополучателя. С момента получения грант, как и любое другое пожертвование, является собственностью грантополучателя.

Согласно Плану счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций, гранты учитывают на счете 86 «Целевое финансирование». Получение грантов отражают по кредиту счета 86 в корреспонденции

со счетом 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами». А учет использования средств грантов в коммерческой организации проводят по дебету счета 86 в корреспонденции со счетом 98 «Доходы будущих периодов», субсчет 98-2 «Безвозмездные поступления».

Суммы, учтенные на счете 98 «Доходы будущих периодов», списываются с этого счета в кредит счета 91 «Прочие доходы и расходы». Причем по безвозмездно полученным основным средствам – по мере начисления амортизации, а по иным также безвозмездно полученным материальным ценностям – по мере списания на счета учета затрат на производство (расходов на продажу).

Поступление гранта отражается проводкой:

Дебет счета 51 «Расчетные счета»; Кредит счета 86 «Целевое финансирование».

При вводе в эксплуатацию объекта основных средств, приобретенного за счет бюджетного финансирования, сумма целевого финансирования, израсходованного на приобретение основных средств, отражается проводкой:

Дебет счета 86 «Целевое финансирование»; Кредит счета К 98 «Доходы будущих периодов».

По мере начисления амортизации такого основного средства целевого финансирования списываются в состав прочих доходов равными суммами за весь срок полезного использования основного средства проводкой:

Дебет счета 98 «Доходы будущих периодов»; Кредит счета 91.1 «Прочие доходы».

Текущие расходы разносятся по двум проводкам:

Дебет счета 86 «Целевое финансирование»; Кредит счета 98 «Доходы будущих периодов» – в момент принятия к учету МПЗ, купленных за счет целевого финансирования, начисления оплаты труда и т.п.

Дебет счета 98 «Доходы будущих периодов»; Кредит счета 91.1 «Прочие доходы» – в суммах расходов, признанных в текущем периоде и осуществленных за счет целевого финансирования (МПЗ списаны в производство, расходы на оплату труда признаны в качестве расходов текущего периода и т.п.).

В пункте 7 ПБУ 13/2000 рассматриваются два возможных способа признания в бухгалтерском учете бюджетного финансирования. По одному из них, бюджетные средства, принятые к бухгалтерскому учету в соответствии с п. 5 ПБУ 13/2000, отражают как возникновение целевого финансирования и задолженности по этим средствам. По мере фактического получения средств уменьшают задолженность и увеличивают счета учета денежных средств, капитальных вложений и т.п.

При этом способе делают следующие записи:

Дебет счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»; Кредит счета 86 «Целевое финансирование» – возникновение целевого бюджетного финансирования (при выполнении условий п. 5 ПБУ 13/2000) и задолженности по этим средствам;

Дебет счетов 50 «Касса», 51 «Расчетные счета», 52 «Валютные счета»; Кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» – получение целевого финансирования денежными средствами;

Дебет счетов 08 «Вложения во внеоборотные активы», 10 «Материалы», 20 и «Основное производство», 41 «Товары»; Кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» – получение целевого финансирования активами, отличными от денежных средств.

Но возможен и другой вариант. Если бюджетные средства признаются в бухгалтерском учете по мере фактического получения ресурсов, то с возникновением целевого финансирования увеличиваются счета учета денежных средств, капитальных вложений и т.п. При таком способе делают следующие записи:

Дебет счетов 50 «Касса», 51 «Расчетные счета», 52 «Валютные счета»; Кредит счета 86 «Целевое финансирование» – получение денежных средств целевого финансирования;

Дебет счетов 08 «Вложения во внеоборотные активы», 10 «Материалы», 20 и «Основное производство», 41 «Товары»; Кредит счета 86 «Целевое финансирование» – получение активов, отличных от денежных средств.

Что касается порядка бухгалтерского учета возврата средств бюджетного финансирования, признанных ранее в этом же году, с применением исправительных записей, то он изложен в п. 13 ПБУ 13/2000.

В учете возврат бюджетных средств, признанных ранее в этом же году, отражается следующим образом:

Дебет счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»; Кредит счета 86 «Целевое финансирование» (сторно) на сумму бюджетного финансирования;

Дебет счета 51 «Расчетные счета»; Кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» – сторно – на сумму перечисленных денежных средств;

Дебет счета 10 «Материалы»; Кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» – сторно – на сумму поступивших материалов.

Возможно использование обратных записей, хотя это прямо не предусмотрено Планом счетов бухгалтерского учета. Согласно общей части Инструкции по применению Плана счетов, утвержденной приказом Минфина России N 94н, в случае возникновения фактов хозяйственной деятельности, корреспонденция по которым не предусмотрена в типовой схеме, организация может дополнить ее, соблюдая единые подходы, установленные Инструкцией. В данном случае отражение в бухгалтерском учете возврата бюджетных средств, признанных ранее в этом же году, будет следующим:

Дебет счета 86 «Целевое финансирование»; Кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» – на сумму бюджетного финансирования;

Дебет счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»; Кредит счета 51 «Расчетные счета» – на сумму перечисленных денежных средств;

Дебет счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»; Кредит счета 10 «Материалы» – на сумму поступивших материалов.

Порядок бухгалтерского учета возврата средств бюджетного финансирования, полученных в качестве государственной помощи в предыдущие годы,

изложен в п. 14 ПБУ 13/2000. В случае возврата бюджетных средств на капитальные расходы делают следующие проводки:

Дебет счета 86 «Целевое финансирование»; Кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» – на сумму задолженности по возврату бюджетных средств;

Дебет счета 91 «Прочие расходы»; Кредит счета 86 «Целевое финансирование» – на сумму начисленной амортизации по объекту основных средств и нематериальному активу за год;

Дебет счета 98 «Доходы будущих периодов»; Кредит счета 91 «Прочие расходы» – на сумму несписанных доходов будущих периодов;

Дебет счета 91 «Прочие расходы»; Кредит счета 86 «Целевое финансирование» – на сумму несписанных доходов будущих периодов.

Возврат бюджетных средств по текущим расходам в предыдущем периоде отражается таким образом:

Дебет счета 98 «Доходы будущих периодов»; Кредит счета 91 «Прочие доходы» – увеличение финансовых результатов на сумму несписанных материально-производственных запасов;

Дебет счета 91 «Прочие расходы»; Кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» – увеличение задолженности по возврату бюджетных средств.

Таким образом, ПБУ 13/2000 дает возможность руководству коммерческих организаций использовать любой способ отражения в учете грантов. Порядок бухгалтерского учета бюджетных средств, предоставленных на финансирование расходов, понесенных организацией в предыдущие отчетные периоды, определен в пункте 10 ПБУ 13/2000.

Список используемых источников:

1. Бахвалова О.Н. Бухгалтерский учет и налогообложение грантов // Бухучет. N 6. 2012.
2. Васильев Ю.В. Основные аспекты бухгалтерского и налогового учета грантов // Бухгалтерский учет и налогообложение. № 5. 2012.
3. Гамольский П.Т. Особенности учета и налогообложения грантов // Финансовая газета. № 44. 2008.
4. Кузьмин Г.С. Учет и налогообложение грантов // Бухгалтерское приложение к газете «Экономика и жизнь». Вып. 24. 2010.

© 2016, Чухрова О.В.

Особенности бухгалтерского учета полученных грантов коммерческими организациями

© 2016, Chukhrova O.V.

Features of accounting received grants commercial organizations

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.325

Поступила (Received): 15.03.2016

Чухрова О.В., Чухрова А.А.
Система «директ-костинг» и ее применение
в российских организациях

Chukhrova O.V., Chukhrova A.A.
System of "direct costing" and it's using in Russian organizations

Система «Директ-костинг» позволяет существенно упростить нормирование, планирование, учет и контроль резко сократившегося числа затрат, в результате себестоимость становится более обозримой, а отдельные статьи затрат – лучше контролируемы. Система «директ-костинг» находит все более широкое применение в отечественной бухгалтерской практике

Ключевые слова: управленческий учет, калькуляционный учет, директ-костинг

Чухрова Оксана Викторовна

*Кандидат экономических наук, доцент
Ростовский государственный экономический университет
г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69*

Чухрова Алла Андреевна

*Ростовский государственный экономический университет
г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69*

System of direct costing allows simplify rating, planning accounting and control of reducing expenses, as a result cost price becomes more foreseeable and separate expenditures, become more controlled. System of "direct costing" finds its application in domestic accounting practice

Key words: management accounting, calculation accounting, direct costing

Chukhrova Oksana Victorovna

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rostov state economic faculty
Rotov-on-Don, B. Sadovaya st., 69*

Chukhrova Alla Andreevna

*Rostov state economic faculty
Rotov-on-Don, B. Sadovaya st., 69*

Важной предпосылкой становления и развития управленческого учета была калькуляционная бухгалтерия. Историю создания калькуляционной бухгалтерии можно отнести к концу 19 – началу 20 века. В это время происходит дальнейшее расширение производства, рост концентрации и централизации производства и капитала, образование крупных объединений.

Калькуляционная бухгалтерия имела собственные задачи, которые сводились к содействию эффективному управлению производством, т.е. обеспечению управления оперативной аналитической информацией, удержанию в поле контроля всех производственных структурных подразделений и их издержек и т.д. Таким образом, в процессе исторического развития из единой системы бухгалтерского учета выделилась подсистема калькуляционного учета, в которой и следует искать корни современного управленческого учета.

Система «Директ – костинг» заостряет внимание руководства предприятия на изменении маржинального дохода (суммы покрытия) по предприятию в целом и по различным изделиям. Она позволяет учитывать изделия с большой рентабельностью, чтобы переходить в основном на их выпуск, так как разница между продажной ценой и суммой переменных расходов не затушевывается в результате списания постоянных косвенных расходов на себестоимость конкретных изделий.

За счет сокращения статей себестоимости упрощается ее нормирование, учет, контроль и к тому же улучшается учет и контроль условно-постоянных, накладных расходов, поскольку их сумма за данный конкретный период показывается в отчете о доходах отдельной строкой, что наглядно демонстрирует их влияние на величину прибыли предприятия.

Основное достоинство системы учета сумм покрытия в том, что на основе информации, получаемой в ней, можно принимать различные оперативные решения по управлению предприятием. В первую очередь это касается возможностей проводить эффективную политику цен.

Еще одно важное достоинство системы – это то, что ограничение себестоимости продукции лишь переменными расходами позволяет упростить нормирование, планирование, учет и контроль резко уменьшившегося числа статей затрат: себестоимость становится более «обозримой», а отдельные затраты – лучше контролируемы. Так как чем больше контролируемых объектов, тем сильнее рассеивается внимание между ними, тем слабее становится контроль.

В последнее время наблюдается тенденция роста удельного веса постоянных расходов. Поэтому повышаются требования к обоснованности планирования и нормирования величин этих расходов.

«Директ – костинг» дает возможность оперативнее контролировать постоянные расходы, так как часто в процессе контроля над себестоимостью используются нормативные (стандартные) затраты, или гибкие сметы.

Применяя «стандарт – кост» в «директ – костинге», устанавливают нормы на постоянные затраты; в основе же контроля гибких смет лежит разделение затрат на постоянные и переменные.

При системе учета полной себестоимости часть нераспределенной суммы накладных расходов переходит из одного периода в другой, поэтому контроль за ними ослабевает. «Директ – костинг» помогает снизить трудоемкость распределения накладных расходов.

В настоящее время интерес к проблемам управленческого учета все возрастает. Управленческий учет необходим как некоммерческому или государственному предприятию, так и коммерческим производителям продукции или организациям, предоставляющим услуги. «Директ-костинг» – западная система управленческого (производственного) учета, возникшая и развивающаяся в условиях рыночной экономики. В нашей стране до настоящего времени была распространена система учета и калькулирования полной себестоимости, система «директ – костинг» практически не применялась. Поэтому среди отечественных авторов, анализирующих западный опыт, в том числе излагающих вопросы «директ – костинга», нет единого мнения о сущности этой системы.

Многообразие мнений по данному вопросу вызвано не только отсутствием опыта применения «директ – костинга» в практике отечественного учета и недостаточной его изученностью, но и отсутствием единства взглядов среди наших экономистов-бухгалтеров на содержание и взаимосвязь методов учета затрат на производство и методов калькулирования.

В настоящее время в российской практике находят применение и система «стандарт-кост», и «директ-костинг». Выбор в пользу одной из вышеперечисленных систем организация осуществляет самостоятельно, исходя из особенностей своей хозяйственной деятельности.

В соответствии с международными стандартами бухгалтерского учета система «директ-костинг» не используется для составления внешней отчетности и расчетов налогов. Он применяется во внутреннем учете для проведения технико-экономического анализа и принятия оперативных управленческих решений. Прежде всего ее применение позволяет оперативно изучать взаимосвязи между объемом производства, затратами и доходом, а следовательно, прогнозировать поведение себестоимости или отдельных видов расходов при изменениях деловой активности.

В современных условиях управляющие должны знать, во что обходится производство отдельных видов продукции, независимо от того, каков размер арендной платы за помещение или какова заработная плата у директора и его помощников. Поэтому одним из принципов бухгалтерского управленческого учета является следующий: самая точная калькуляция не та, в которую после многочисленных и трудоемких расчетов включаются все затраты предприятия, а та, в которую вносятся издержки, непосредственно обеспечивающие выпуск данной продукции (выполнение работы, оказание услуги). Решить эту задачу можно лишь используя систему «директ-костинг».

Наконец, данная система позволяет существенно упростить нормирование, планирование, учет и контроль резко сократившегося числа затрат, в результате себестоимость становится более обозримой, а отдельные статьи затрат – лучше контролируемыми. Система «директ-костинг» находит все более широкое применение в отечественной бухгалтерской практике.

Список используемых источников:

1. Адамов Н.А. Особенности системы управленческого учета «директ-костинг» // Финансовая газета. Региональный выпуск. 2008. № 26. С. 26-27.
2. Бочкарев А.Н. Управлять затратами в условиях кризиса, стабильности и далекого будущего нужно по-разному // Эксперт. 2008. № 32. С. 9-11.
3. Ерижев М.К. Сравнительный анализ основных подходов к управлению затратами современной компании // Финансовые и бухгалтерские консультации. 2008. № 10. С. 15-16.
4. Николаева С.А. Особенности учёта затрат в условиях рынка: система «директ-костинг». М.: Финансы и статистика, 2009. 380 с.
5. Фролова М.Н. Управленческий учет и современный бизнес // Финансовая газета. 2009. № 10. С. 15-16.

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.328

Поступила (Received): 28.03.2016

Чушенко С.М.
Пути преодоления кризиса в системе
государственного управления

Chushenko S.M.
The way to overcome the crisis in public administration

В статье рассмотрено возможные пути преодоления кризиса в России, каковы будут последствия после кризиса, выявления способов для инвестирования в страну, определение проблем, которые будут отрицательно сказываться на инвестиционный климат и предложение антикризисных мер

Ключевые слова: кризис в государственном управлении, способы предотвращения кризиса, принципы по управлению конфликтами, последствия финансового кризиса, инвестиционный климат

Чушенко София Михайловна

Студент

Северо-Кавказский федеральный университет
г. Ставрополь, ул. Пушкина, 1

The article deals with the possible ways of overcoming the crisis in Russia, what would be the consequences of the crisis, to identify ways to invest in the country, identify issues that will have a negative impact on the investment climate and offer anti-crisis measures

Key words: crisis in the government, how to prevent the crisis, the principles of conflict management, the consequences of the financial crisis, investment climate

Chushenko Sofia Mikhailovna

Student

North-Caucasian federal university
Stavropol, Pushkin st., 1

Кризис государственного управления – это особенная форма политической системы общества, органов государственной власти, которая сопровождается нестабильным положением, снижением уровня управляемости социально-экономическими процессами, разбалансированностью политических институтов, обострением политических конфликтов, нарастанием противоречий в обществе [1].

К кризису государственного управления присущи следующие признаки:

- Во-первых, это усиление социальных и экономических конфликтов;
- Во-вторых, при возникновении конфликтов, государственная власть, не способна управлять ими, а также урегулировать социально-экономические процессы.

При антикризисном управлении одной из главных задач является определение признаков кризисных ситуаций [1]. Для того, чтобы управление было наиболее эффективным необходимо больше уделять внимания на обнаружение проблемы.

Правовому обеспечению содействует регулирование конфликтов органами государственной власти и управления, становление демократической процедуры законотворчества, государственные органы должны действовать на основе и в рамках закона, при разрешении споров соблюдать правовые процедуры – все то, что составляет фундаментальную основу и вектор движения общественно-политической системы к правовому государству, цивилизованному правопорядку.

Так же есть и другой способ предотвращения кризиса, это урегулирование правового статуса государственных органов и иных институтов политической власти, к ним относятся:

- а) общественные организации и движения;
- б) местное самоуправление;
- в) партии;

г) конкретизация правовых обязанностей разных участников общественной деятельности, а также коррекция и развитие их деятельности.

Чтобы избежать кризисных ситуаций, необходимо государственному процессу подчиниться политико-правовым нормам, а также к административно-политической этике. Суть ее заключается в том чтобы, соблюдать некоторые «правила игры» всем участникам политического процесса и управляющего воздействия [2]. Эти правила и есть результат управления, и установления компромиссных шагов в нахождении привилегии для каждого участника политического процесса.

Конкретные приемы, методики и общие принципы по управлению конфликтами обобщают гибкие социально-политические технологии, способные осуществить позитивное впечатление в процессе работы над большинством известных конфликтов. Итак, политические конфликты становятся новым этапом для позитивного развития общества и его политической системы, если проходит успешное управление ситуаций. Политические кризисы могут обостриться, если субъекты власти проявляют слабое понимание причин происходящего и ситуация может поменяться в худшую сторону и может начаться следующий этап кризиса государственной власти – это неспособность правительства решить проблемы, которые возникли в обществе с помощью политических методов, которые приемлемы для нормального функционирования политической системы. Социальные потрясения иногда сопровождают структурно-функциональный кризис, но может он протекать и довольно спокойно, если правительство имеет определенный «кредит» доверия, народ сочувствует политике реформ, связывает с ними ожидание перемен к лучшему.

После любого кризиса идут последствия, они не всегда носят отрицательный характер. Например, к положительным последствиям можно отнести: «естественный отбор» на промышленном рынке, то есть, предприятия, которые проводят результативную политику управления ресурсами остаются всегда востребованными. Компании, которые не в состоянии конкурировать уходят из рынка. К плюсу, можно отнести также, снижение цен на некоторые товары и услуги, которые предлагают компании, борющиеся в жесткой конкуренции.

Например, земля, недвижимость и бензин. Отечественные производители стремятся улучшить свою продукцию, а также идет процесс оздоровления экономики.

К отрицательным последствиям кризиса относят – проблемы с ликвидностью и погашением долгов у банков и компаний, отток иностранного капитала и т.д. (табл. 1) [3].

Таблица 1. Последствия финансового кризиса России

Последствия	Характеристика
Девальвация рубля	Кроме того, что сейчас наблюдается упадок фондового рынка, происходит снижение курса рубля по отношению к евро и доллару. То есть девальвация рубля – уже реальность, хотя она и не такая резкая как в 1998 году. В целом, ожидается общее снижение доходов населения на фоне роста цен на товары и услуги.
Промышленность и занятость населения	Практически все предприятия России подверглись финансовому кризису, особенно те, которые работают на экспорт. Даже самые крупные компании сворачивают многие инвестиционные программы, всеми возможными путями сокращают расходную часть своего бюджета, что, в свою очередь, влечет за собой массовое увольнение и сокращение рабочих мест.
Банковская система и сбережения граждан	Банки усилили требования к возможным заемщикам, увеличение ставок по вновь выдаваемым кредитам, свертывание многих ипотечных и потребительских программ (например, беззалоговых и беспроцентных кредитов). Государство сегодня всеми силами поддерживает сферу банковских услуг, понимая ее большую значимость для страны, но все же некоторым мелким региональным банкам не удастся избежать краха.
Земля и недвижимость	Финансовый кризис в России сыграл здесь скорее положительную роль, избавив рынок недвижимости от искусственного завышения стоимости объектов и ее непрерывного роста.

Для предотвращения утечки капитала из страны и улучшение контроля над использованием банковскими средствами и господдержки, были выдвинуты следующие предложения [2]:

Во-первых, контролировать целевое использование средств выделенные банками, а для этого необходимо привлечь правоохранительные органы.

Во-вторых, организовать привлечение краткосрочных межбанковских ссуд у Внешэкономбанка, которые были выданы коммерческими банками малым предприятиям.

В-третьих, на Центральный банк возложить обязанность отслеживать динамику валютных вложений банков, которые получают поддержку государства.

Помимо всего этого, необходимо улучшить инвестиционный климат в нашей стране. Он является одним из главных вопросов в становлении стратегической важности. Его реализация зависит, прежде всего, от эффективности участия в мировом разделении труда, социально-экономической динамике и от модернизации национальной экономики. Существует пять факторов, которые способствуют быстрому принятию решения для инвестирования, это [3]:

- 1) политические;
- 2) экономические;
- 3) социальные;
- 4) производственные;
- 5) возможность доступа на другие рынки.

Перечислим несколько учреждений, занимающиеся, характеристикой инвестиционного климата в России:

- а) правительственные структуры;
- б) департамент стратегического развития корпораций;
- в) независимые исследовательские институты.

В Российской Федерации существует много проблем, которые отрицательно воздействуют на инвестиционный климат, к ним можно отнести такие проблемы как:

1. Отсутствие независимых судов;
2. Маленький уровень корпоративной культуры;
3. достаточно высокий уровень коррупции;
4. административные барьеры.

Для того, чтобы улучшить инвестиционный климат необходимо, прежде всего, усовершенствовать законодательство и сделать приемлемые условия для финансирования, а также провести рекламную кампанию, которая поможет в привлечении инвесторов.

Таким образом, кризис это нестабильное положение экономики и государства в целом. Для того, чтобы его предотвратить власти должны следовать правовым законам, придерживаться административно-политической этике, идти на компромиссы с народом. Кроме этого, необходимо поддерживать иностранных инвесторов, для привлечения средств для страны.

Список используемых источников:

1. Власова В.М. Стабилизация занятости в условиях рынка. М.: СПАРК, 2014. С. 54-57.
2. Иванов Г.П. Антикризисное управление: от банкротства к финансовому оздоровлению. М.: ЮНИТИ, 2011. 169 с.
3. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=23307629>

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.332

Поступила (Received): 30.03.2016

Шадчнева А.В., Рыбасова Ю.В.
Экологическое страхование в Российской Федерации: проблемы и перспективы

Shadchneva A.V., Rybasova Yu.V.
Environmental insurance in the Russian Federation: problems and prospects

В статье рассматривается актуальность обязательного экологического страхования в Российской Федерации, а также его необходимость, преимущества, проблемы существования в современных рыночных условиях и возможные пути совершенствования в связи с возрастающим интересом к экологической ситуации в стране
Ключевые слова: экологическое страхование, обязательное страхование, окружающая среда

The article discusses the relevance of obligatory ecological insurance in the Russian Federation, as well as its necessity, advantages, the existence of problems in the current market conditions and possible ways to improve due to the growing interest in the environmental situation in the country

Key words: environmental insurance, compulsory insurance, environment

Шадчнева Анна Васильевна

Студент

Ставропольский государственный аграрный университет

г. Ставрополь, пер. Зоотехнический, 12

Shadchneva Anna Vasilevna

Student

Stavropol state agricultural university
Stavropol, Zootechnical lane, 12

Рыбасова Юлия Викторовна

Кандидат экономических наук, доцент

Ставропольский государственный аграрный университет

г. Ставрополь, пер. Зоотехнический, 12

Rybasova Yulia Viktorovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Stavropol state agricultural university
Stavropol, Zootechnical lane, 12

На сегодняшний день на территории России эксплуатируется около 8000 взрывоопасных и пожароопасных объектов, 150000 км магистральных газопроводов, 62000 км нефтепроводов, 25000 км продуктопроводов, 30000 водохранилищ, 60 крупных водохранилищ емкостью более 1 млрд. м³, несколько сотен накопителей промышленных стоков и отходов. Все эти объекты являются потенциально опасными с эколого-экономической точки зрения.

Помимо этого ежегодно в нашей стране случается до 250 чрезвычайных ситуаций [2]. Материальный ущерб, причиняемый ими, по различным оценкам превышает 20 млрд. рублей [5]. В силу хронической нехватки средств для предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций у государства актуальность развития системы экологического страхования возрастает многократно.

В развитых странах уже давно распространено страхование гражданской ответственности за ущерб, вследствие аварии на опасном производстве. В Японии, например, действует закон о компенсации ущерба, который понесли пострадавшие от загрязнения, за счет виновных в нем предприятий. По аналогичной схеме работает и автомобильная страховка гражданской ответственности, которая недавно обрела в нашей стране законодательную форму.

Целесообразно обозначить следующие преимущества обязательного страхования:

1. Регулирование антиселекции рисков. Введение обязательного страхования ответственности позволяет избежать антиселекцию рисков, передаваемых на страхование: приобретать страхование будут не только компании, осуществляющие явно опасные для окружающей природной среды виды работ, но все компании, чья деятельность в той или иной степени представляет риск для экологии. Тем самым создаются предпосылки для формирования страхового фонда, достаточного для осуществления выплат на случай, в том числе, и крупных экологических катастроф.

2. Правильная оценка экологических рисков. Зачастую компании, тем или иным образом оказывающие негативное воздействие на окружающую природную среду в ходе своей хозяйственной деятельности, заблуждаются в оценке вероятности и масштабов экологических катастроф, что приводит к неправильной оценке экологических рисков. Результатом такой оценки, в свою очередь, является то, что потенциально ответственные субъекты хозяйственной деятельности в отсутствие необходимой информации об экологических рисках отказываются приобретать страхование в добровольном порядке. Обязательное страхование ответственности способствует обеспечению социально-оптимального уровня страхования в обществе посредством введения обязанности субъектов хозяйственной деятельности приобретать экологическое страхование ответственности.

3. Акцентирование внимания на технике безопасности. Предприятия, которые, по мнению страховщиков, не соответствуют должным мерам техники безопасности, при наличии соответствующих обязательных законодательных требований будут вынуждены либо улучшить уровень экологической безопасности на производстве, либо приостановить свою хозяйственную деятельность. Этому способствуют, например, требования об экологических аудитах и экспертизе. Кстати, страховщики обладают лучшими возможностями для контроля уровня экологической безопасности на производстве, нежели иные финансовые институты или инвесторы: многие страховые компании имеют штат профессиональных риск-инженеров, которые правильно оценивают экологические риски и вырабатывают соответствующие рекомендации по их минимизации.

4. Создание эффективного механизма реализации интересов и прав потерпевших. Обязательное страхование ответственности в совокупности с законодательным требованием о предъявлении потерпевшим в случае убытков претензий непосредственно страховщику будет способствовать эффективной реализации прав потерпевших. В зарубежных странах такое требование лишает страховщика права отказать в выплате страхового возмещения по причине

грубой неосторожности страхователя, либо несоблюдения последним условий страхования. Таким образом, например, действует «Акт о комплексных мерах по охране окружающей среды, компенсациях и ответственности», принятый в США в 1980 г.: единственным основанием для отказа страховщиком в выплате страхового возмещения являются умышленные виновные действия страхователя, которые привели к страховому событию.

С другой стороны, введение обязательного страхования имеет и определенные проблемы, как для страховщика, так и для страхователя:

1. Невозможность страховщика отказать в страховании, а страхователя отказать от страхования. В случае добровольного страхования страховщик, имеющий соответствующие претензии к качеству принимаемого на страхование риска, вправе отказать в предоставлении страхования. Страхователь, в свою очередь, считая размер страховой премии слишком высоким, вправе принять решение отказать от страхования. Иная ситуация при обязательном страховании: например, согласно Федерального Закона №225 от 27.07.2010 г. «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте» договор обязательного страхования является публичным договором [1].

Федеральный закон регулирует отношения, связанные со страхованием гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте. Страхование является обязательным.

Статьи 6 и 7 Федерального Закона №225 устанавливают единые в отношении каждого опасного объекта, подлежащего страхованию, размеры страховой суммы и ставки страховых тарифов [1].

Согласно ст. 426 ГК РФ страховщик, имеющий соответствующую лицензию, не вправе отказать в страховании компании, которая обратилась с запросом о страховании. А предприятие, подпадающее под действие вышеуказанного закона, обязано застраховаться независимо от размера страховой премии.

2. Необходимость в установлении баланса между размером обязательных тарифов и издержками страховщиков. Как правило, при обязательном страховании проведение оценки соответствующего уровня экологической безопасности осуществляется страховщиком за свой счет. Например, такая возможность предоставляется страховщику Федеральным Законом №225 от 27.07.2010 г. Проведение экспертизы уровня безопасности на предприятии, как правило, требует больших финансовых затрат, в том числе с привлечением специализированных организаций. С этой точки зрения, не всегда страховые тарифы, устанавливаемые государством, адекватно рассчитаны не только в интересах страхователей, но и страховщиков [1].

3. Законодательное регулирование объема страхового покрытия. Основанием для введения обязательного страхования является желание государства защитить интересы потерпевших. С этой точки зрения, государство максимально увеличивает объем страхового покрытия, который должен предоставлять страховщик. Однако ограничение списка исключений по страховому по-

крытие может сократить число страховщиков, желающих предоставлять обязательное страхование, что, в свою очередь, приведет к неэффективной работе механизма обязательного страхования, поскольку должная финансовая емкость на страховом рынке для покрытия катастрофических экологических рисков будет отсутствовать.

С 1 января 2012 года в России вступил в силу Закон «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте». Страховые суммы для опасных объектов, для которых предусмотрено составление декларации промышленной безопасности, составят от 10 млн. рублей до 6,5 млрд. рублей в зависимости от максимально возможного количества потерпевших. По новому закону обязательное страхование ответственности владельца опасного объекта не будет покрывать риски причинения вреда окружающей среде. Поэтому необходимо дополнительно заключить договор добровольного экологического страхования [1].

Однако пробелы в действующем законодательстве на данный момент не могут гарантировать справедливого исполнения законов и получения страховых выплат пострадавшими в полном объеме и в сроки, предписанные правовыми актами.

В связи с этим Национальный союз страховщиков ответственности (НССО) готовит предложения по внесению изменений в 225-ФЗ. Данные изменения касаются нескольких направлений. В частности, увеличения страховых сумм на определенные категории опасных производственных объектов, например, шахты, увеличения лимита выплат по риску причинения вреда имуществу. При этом необходимо максимально синхронизировать 225-ФЗ с законодательством о промышленной безопасности и другими областями (лифты, автозаправочные станции, гидротехнические сооружения) в части оформления документов о произошедшей аварии.

В целом, принятие закона – огромный позитивный шаг, направленный на развитие страхования в России. За два года выплачено около 1 млрд. рублей по 420 случаям. При этом чуть более 400 случаев находится на стадии урегулирования. Таким образом, можно говорить о том, что действующая система страхования ответственности владельцев особо опасных объектов с точки зрения возмещения ущерба достаточно действенна, однако необходим еще целый ряд оптимизационных процедур, чтобы сделать ее по-настоящему эффективной.

Список используемых источников:

1. Федеральный закон от 27.07.2010 № 225-ФЗ (ред. от 04.11.2014) «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103102
2. О состоянии защиты населения и территорий Российской Федерации от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера в 2015 году. Государственный доклад. URL: http://www.mchs.gov.ru/upload/site1/2016/Gosdoklad_Obedinen.pdf
3. Орлов А.И., Федосеев В.Н. Проблемы управления экологической безопасностью. М. 2009. 278 с.
4. Турбина К.Е. Теория и практика страхования. М., 2010. 705 с.
5. Сведения о чрезвычайных ситуациях, происшедших на территории РФ за 2015 год. URL: http://www.mchs.gov.ru/activities/stats/CHrezvichajnie_situacii/2015_god

б. Куренная В.В., Чередниченко О.А. Ресурсосбережение как средство повышения экономической эффективности использования производственного потенциала предприятия // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. Краснодар: КубГАУ, 2012. №06(80).

© 2016, Шадчнева А.В., Рыбасова Ю.В.

Экологическое страхование в Российской Федерации:
проблемы и перспективы

© 2016, Shadchneva A.V., Rybasova Yu.V.

Environmental insurance in the Russian Federation:
problems and prospects

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.337

Поступила (Received): 24.03.2016

Шелистов Д.А., Хомушкина Ю.А., Древаль А.Н. Векторы развития потенциала компании

Shelistov D.A., Khomushkina Yu.A., Dreval A.N.
Vectors of development of capacity of the company

В данной статье рассмотрена проблема развития потенциала компании. Проанализированы векторы развития, с помощью которых компания может сдвинуться с мертвой точки и приносить необходимую прибыль. Особое внимание авторы статьи обращают на возможности развития компании

Ключевые слова: потенциал компании, развитие, мертвая точка

Шелистов Денис Александрович

Студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

Хомушкина Юлия Андреевна

Студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

Древаль Анатолий Николаевич

Кандидат технических наук, доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

In this article the problem of development of capacity of the company is considered. Development vectors by means of which the company can move off dead center are analysed and make necessary profit. Authors of article pay special attention to possibilities of development of the company

Key words: capacity of the company, development, dead point

Shelistov Denis Aleksandrovich

Student

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenin ave., 30

Khomushkina Yulia Andreevna

Student

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenin ave., 30

Dreval Anatoly Nikolaevich

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenin ave., 30

Многим знакома ситуация, когда компания, некоторое время активно развивавшаяся, ежеквартально радовавшая графиками роста оборотов и прибыли, как-то незаметно начинает свой рост замедлять? Круто взбиравшиеся вверх графики становятся все положе и положе – вот уже и до горизонтали не далеко.

Любая компания рано или поздно исчерпывает имеющийся потенциал развития, и стабилизируется на достигнутом уровне. И это нормально – ведь достигнутые результаты необходимо закрепить, внутреннюю организацию – привести в соответствие с изменившимися реалиями. 10 человек сотрудников – совсем не то же самое, что 50, а 50 – не то же самое, что 500. Компания это систем-

ная структура и изменения, которые с ней происходят тоже происходят с определенной закономерностью. «В терминах синергетической теории можно сказать, что социальная система находится в постоянном изменении, случайные изменения институциональных форм (флуктуации) – показатель хаоса на микроуровне системы и возможность ее развития» [1].

Однако проходит время, и настает момент, когда руководитель понимает, что необходимо двигаться дальше. Компания уже вполне освоилась на новом уровне, он стал тесен, и коллектив готов к новым свершениям. Да и конкуренты поджимают – они ведь тоже на месте не стояли все это время. И тут возникает неожиданная проблема – руководитель не понимает, куда двигаться, как и за счет чего развиваться.

Возможно, прежде компания шла вперед на волне инновационной идеи, новой разработки, или же удачно найденной и незанятой ниши. Однако теперь эта идея уже далеко не нова и повсеместно растиражирована, разработка давно внедрена и потеряла свою актуальность, а перспективная ниша полностью отработана. И что дальше?

Компании нужны новые идеи, но никто не торопится принести их на блюде, а самому руководителю в голову что-то ничего ценного не приходит. Да и откуда взять ресурсы – тоже вопрос не праздный. Развитие требует вложений, которые окупятся или нет – еще не понятно. Так что же делать в этой непростой ситуации? Ведь она абсолютно обоснованно вызывает у вас нешуточное беспокойство: рынок непрерывно движется вперед, и, остановившись, компания рано или поздно неизбежно окажется в аутсайдерах.

Для начала необходимо понять, какие же возможности для развития – неочевидные «точки роста» – уже имеются в наличии. Вы тщательно искали и ничего не нашли. Это неудивительно – ведь вы находитесь внутри ситуации и внутри «системы», поэтому не можете посмотреть на все со стороны. Это как в известной геометрической головоломке – чтобы найти решение, нужно «всего лишь» выйти за пределы визуально очерченного квадрата.

Кто же сможет вам помочь в создавшейся ситуации? Отлично, если у вас есть хороший друг или давний партнер, который имеет за плечами опыт ведения схожего бизнеса – он сможет посмотреть на вашу ситуацию непредвзято и увидеть возможности, скрытые от вас, чаще всего, именно благодаря своей очевидности. Одно условие – он не должен иметь отношения к вашей организации. Иначе его взгляд окажется столь же предвзятым, как и ваш.

Другой вариант – пригласить профессионала со стороны. Руководитель может обновить состав руководства компанией, чтобы вдохнуть в нее новую жизнь, или воспользоваться услугами консалтинговой компании. Вариант консалтинга более быстр, менее трудоемок и менее затратен – ведь вам не придется тратить время и силы на поиск подходящего кандидата на ключевую должность, которого найти, зачастую бывает непросто, а цена вашей ошибки в случае неправильного выбора будет не столь велика.

Следующий момент – вы можете создать условия для генерации новых идей в компании, стимулировать ваших сотрудников регулярно подбрасывать

новые идеи. Сделать это непросто – необходимо будет внести изменения в сложившуюся корпоративную культуру, а также тщательно продумать как систему мотивации, так и систему фильтрации и отбора идей, чтобы не погрязнуть в горе откровенного мусора. Однако оно того стоит. Множество нестандартных идей, давших начало самым известным компаниям, родилось в головах совершенно «рядовых» личностей. Исторический пример – великий русский изобретатель Кулибин, сконструировавший прожектор, семафорный телеграф, самоходную баржу и самоходную машину. Из современных примеров – ростовский пенсионер Геннадий Холодный, создавший новую модель роторного двигателя, потребляющего в 3,5 раза меньше топлива и имеющего значительно больший срок службы, чем имеющиеся аналоги. При этом идея, способная принести миллионы, совершенно не обязательно должна быть сложна и относиться к области технических инноваций: Скотт Стилигер заработал свой миллион на продаже мячиков, собранных из разноцветных резинок, а Кен Арони – на изготовлении пластиковых косточек для загадывания желаний.

Западный бизнес давно уже оценил преимущества «идей из народа», существует даже специальный термин – «краудсорсинг». Краудсорсинг сегодня активно используют такие «монстры» западного бизнеса как Coca-Cola, Microsoft, Starbucks, Fiat. Из российских компаний это, например, тот же Сбербанк.

И это касается не только идей новых продуктов и услуг, но и оптимизации текущих бизнес-процессов.

На наш взгляд, для создания «Генератора идей» своими силами необходимо:

1. Проанализировать текущее положение дел с идеями в компании. Как часто поступают инициативы? Кто активен, что их вдохновляет? Доходят ли идеи до воплощения? Если активности нет – то почему?

2. Провести конкурс идей с существенным призом.

3. Внедрить в систему мотивации элементы, направленные на стимулирование генерации идей – от традиционных денежных премий до вынесения публичных благодарностей.

4. Обязательно внедрять идеи. Зачастую главная мотивация не приз или деньги, а возможность увидеть результаты своего труда [2].

Еще одна необходимая мера – это полная ревизия имеющихся ресурсов, и оценка эффективности их использования. Как правило, все необходимое для роста и развития компании уже есть внутри самой компании. Эксперты в области менеджмента отмечают – нет ни одной организации, которая бы использовала свои ресурсы на 100%. Неиспользованными остается примерно 20 – 30% ресурсов. Представляете, сколько возможностей компания упускает каждый день? Найти скрытые резервы – также задача непростая (иначе они не были бы скрытыми), но вполне решаемая.

Проделав эти четыре шага, можно увидеть наиболее естественные для вашей компании направления развития, которые позволят в максимальной степени задействовать уже имеющиеся у вас ресурсы и возможности, а значит – потребуют минимального привлечения ресурсов внешних, меньше усилий и финансовых затрат.

Наконец, есть еще один выход, который не потребует глобальной внутренней «перетряски» и серьезных телодвижений, а органично встроится в организацию в качестве дополнительного подразделения, которое станет неиссякаемым источником новых идей и перспективных проектов, позволяя компании регулярно прирастать новыми направлениями. Речь идет об акселераторе проектов, который вы можете организовать и поддерживать как одно из своих подразделений. Альтернативной формой может быть корпоративный хакатон (форум разработчиков, во время которого специалисты из разных областей разработки программного обеспечения – программисты, дизайнеры, менеджеры – сообща работают над решением какой-либо проблемы) или краткосрочная акселерационная программа, организуемая и проводимая время от времени.

Разумеется, это далеко не полный перечень возможных способов решения данной проблемы – кроме того, возможно эти способы различным образом комбинировать между собой. При этом не столь важно, какой способ решения вы в итоге выберете. Важно, чтобы выбранное вами решение действительно смогло сдвинуть вашу компанию с мертвой точки и стимулировать необходимые изменения.

Список используемых источников:

1. Бородай В.А. Торговля как социально-инновационный процесс и фактор социальной трансформации, Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. № 4. С. 181-184.
2. Уткин Э.А. Управление компанией. Москва: Тандем Экмос, 2004. С. 302-304.

© 2016, Шелистов Д.А., Хомушкина Ю.А.,
Древал А.Н.
Векторы развития потенциала компании

© 2016, Shelistov D.A., Khomushkina Yu.A.,
Dreval A.N.
Vectors of development of capacity of the
company

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.341

Поступила (Received): 10.03.2016

Шелистов Д.А., Хомушкина Ю.А., Древаль А.Н. Оценка профессиональных компетенций педагогических работников: теоретические аспекты

**Shelistov D.A., Khomushkina Yu.A., Dreval A.N.
Evaluation of professional competences of teachers:
theoretical aspects**

Статья посвящена изучению методам оценки профессиональных компетенций сотрудников в современных организациях. В статье раскрываются основные этапы проведения оценки профессиональных компетенций сотрудников. В статье особое внимание уделяется выделению преимуществ и недостатков использования методов оценки профессиональных компетенций работников на современном этапе

Ключевые слова: оценка, профессиональные компетенции, методы, этапы

Шелистов Денис Александрович

Студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

Хомушкина Юлия Андреевна

Студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

Древаль Анатолий Николаевич

Кандидат технических наук, доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск, проспект Ленина, 30

The article is devoted to the study of methods for assessing the professional competence of employees in modern organizations. The article describes the main stages of the assessment of professional competence of employees. The article focuses on the allocation of advantages and disadvantages of using assessment methods of professional competence of employees at the present stage

Key words: evaluation, professional competence, methods, stages

Shelistov Denis Aleksandrovich

Student

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenin ave., 30

Khomushkina Yulia Andreevna

Student

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenin ave., 30

Dreval Anatoly Nikolaevich

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor

National research Tomsk polytechnic university
Tomsk, Lenin ave., 30

В современном социальном и экономическом обществе качество образования имеет определенно большое значение для успешного развития российского государства [1, с.554]. Стремление к постоянному личностному и профессиональному самосовершенствованию становится необходимым качеством профессионала. От современного преподавателя требуется не только воспроиз-

ведение полученных знаний, но и эффективное решение профессиональных задач. Решение этой проблемы связано с нововведениями в содержание образования, оптимизацией способов и технологий организации образовательного процесса и, переосмыслением цели и результата образования [2, с.5].

Оценка профессиональных компетенций педагогических работников представляет собой целенаправленный процесс проверки знаний, умений и навыков педагогического работника в соответствии с Федеральным Законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Этапы оценки профессиональных компетенций педагогических работников:

- планирование потребности в оценке профессиональных компетенций педагогических работников;
- разработка методологии и технологии оценки профессиональных компетенций педагогических работников;
- промежуточная корректировка полученных результатов;
- корректирование полученных результатов и перевод результатов на практику.

Выделяют следующие методы:

1) Количественные методы. К ним относится метод стандартных оценок. Данный метод заключается в том, что непосредственный руководитель оценивает отдельные аспекты работы сотрудника в течение аттестационного периода, заполняя специальную форму, при этом руководителю не требуется ни специальной подготовки, ни значительных затрат времени или других ресурсов.

2) Качественные методы. К ним относятся такие методы как интервью, оценочное собеседование, анализ документов, оценка по методу черт, оценка на основе анализа труда и другие. Рассмотрим их подробнее. Интервью является одним из наиболее часто применяемых методов в оценке.

Существует несколько видов интервью [3, с. 19]:

- биографические интервью. Они сосредотачиваются на трудовом опыте и стиле работы педагогического работника. Для этого может использоваться анализ социальных медиа [4, с.26];
- поведенческое интервью содержит структурированный перечень вопросов, разработанных относительно опыта или способностей в определенных областях;
- ситуационное интервью основано на построении определенных ситуаций и предложении оцениваемому педагогическому работнику;

Оценочное собеседование – это структурированное интервью с оцениваемым сотрудником, решающее определенные задачи [4, с. 70]. Оценка по методу черт. В ее основе лежит признание влияния психологических свойств человека на характеристики его деятельности.

3) Метод оценочных центров. Для оценки профессиональных компетенций педагогических работников существует также множество других методов. Некоторые образовательные учреждения могут разрабатывать свои методы оценки профессиональных компетенций педагогических работников.

Таким образом, оценка уровня квалификации педагогических работников рассматривается как весьма важная процедура для всех участников образовательного процесса. Это важный этап профессиональной жизни, обеспечивающий повышение качества деятельности при получении соответствующего уровня внешней оценки и самооценки деятельности, осмысление достигнутого и развитие дальнейших шагов профессионального роста педагога.

Список используемых источников:

1. Косицина Е.С. Наноменеджмент в системе управления персоналом // Известия Саратовского университета. 2013. Т. 13. № 4-1.
2. Греев А.Н. Различные подходы к определению качества образования // Качество. Инновации. Образование. 2015. № 2.
3. Кулакова И.К. Искусство подбора персонала: Как оценить человека за час. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
4. Клюков П.А. Социальный компьютинг в системе управления персоналом банковской организации // Информационная безопасность регионов. 2012. № 3 (20).

© 2016, Шелистов Д.А., Хомушкина Ю.А.,

Древаль А.Н.

Оценка профессиональных компетенций
педагогических работников: теоретические
аспекты

© 2016, Shelistov D.A., Khomushkina Yu.A.,

Dreval A.N.

Evaluation of professional competences of
teachers: theoretical aspects

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.344

Поступила (Received): 29.03.2016

Ядрихинская Я.А. Оптимизация расходов на персонал и обучение работников АО «Сахаэнерго»

**Yadrikhinskaia I.A.
Optimization of personnel and staff
training costs in JSC «Sakhaenergo»**

Статья посвящена оптимизации расходов на персонал и развитию квалификационного потенциала в АО «Сахаэнерго», работающего в сфере энергетики Республики Саха (Якутия). В статье рассматривается практический опыт оптимизации расходов на персонал и обучение работников в АО «Сахаэнерго»

Ключевые слова: трудовой потенциал, оптимизация расходов, квалификация

The article focuses on optimization of personnel costs and the development of qualification potential in JSC «Sakhaenergo» working in the field of energy of the Republic of Sakha. The article considers the experience of optimization of personnel and staff training costs in JSC «Sakhaenergo»

Key words: employment potential, optimization of costs, qualification

Ядрихинская Яна Александровна

Магистрант

Северо-Восточный федеральный университет
г. Якутск, ул. Белинского, 58

Yadrikhinskaia Iana Alexanderovna

Master

North-Eastern federal university
Yakutsk, Belinsky st., 58

Кризисные явления в России предопределили необходимость сокращения расходов на персонал. В связи с чем, система подготовки кадров приобретает стратегическое значение, становясь главным инструментом развития трудового потенциала предприятий. Персонал АО «Сахаэнерго» должен соответствовать высоким квалификационным требованиям, обеспечивать правильную эксплуатацию, ремонт и модернизацию энергетического оборудования, электрических и тепловых сетей. Поэтому система подготовки кадров становится актуальной для АО «Сахаэнерго», которая работает в сфере локальной энергетики Республики Саха (Якутия), и обеспечивает бесперебойным теплом и электроэнергией жителей 17 районов республики.

Изучив практику и публикации, касающихся оптимизации расходов на персонал, приходим к выводу, что имеются различные способы уменьшения расходов на оплату труда, такие как:

А. сокращение расходов по оплате «социальных пакетов». Исходя из российского опыта, работодатель формирует социальный пакет по своему усмотрению, так как в трудовом законодательстве нет определения такому понятию, как «соцпакет». Но отметим, что следующие гарантии, которые установлены законодательством не могут быть отменены:

- оплата ежегодного отпуска продолжительностью 28 календарных дней;
- оплата дополнительного отпуска работникам, занятым на работах с вредными (опасными) условиями труда;
- обязательное пенсионное страхование;
- обязательное социальное страхование, осуществляемое в соответствии с нормативными актами, предусматривающими выплату пособий по временной нетрудоспособности, по беременности и родам;
- доплаты за работу во вредных (опасных) условиях труда, в ночное время, в местностях с особыми климатическими условиями, сверхурочно и в других особых условиях труда;
- лечебно-профилактическое питание работникам, занятым на работе с вредными (опасными) условиями труда.

В связи с чем, предоставление следующих льгот является правом, а не обязанностью работодателя, следовательно, их отмена допустима: оплата проживания, питания, проезда работников, содержания их детей в детских дошкольных учреждениях, приобретение полисов добровольного медицинского и негосударственного пенсионного страхования, выплату материальной помощи.

Б. Отмена поощрительных выплат. Для сокращения расходов специалистами предлагается пересмотр структуры фонда оплаты труда, которая состоит: из вознаграждения за труд; компенсирующих и стимулирующих выплат.

В. Сокращение рабочего времени путем установления неполного рабочего времени. В этом случае оплата труда работника производится пропорционально отработанному им времени или в зависимости от выполненного объема работ. Для АО «Сахаэнерго» неполный рабочий день или неполная рабочая неделя могут быть введены только для непроизводственного персонала и кроме того только по соглашению между работником и работодателем.

Г. Увольнение работников, которое подразумевает сокращение численности или штата работников. Это является сложной процедурой.

Д. Перераспределение обязанностей. Трудовой кодекс [1] разрешает наряду с работой, предписанной трудовым договором, поручать сотруднику дополнительную работу, которую он должен исполнить в течение основного рабочего времени путем: совмещения профессий (должностей); расширения зон обслуживания (увеличение объема работ); исполнения обязанностей временно отсутствующего работника.

В сложившихся условиях АО «Сахаэнерго» в целях оптимизации фонда оплаты труда временно приостановлен прием персонала на вакантные должности, кроме оперативно-сменного персонала.

Наряду с оптимизацией расходов на персонал, АО «Сахаэнерго» развивает составляющую трудового потенциала работника – квалификационный потенциал: глубину и разносторонность общих и специальных знаний, трудовых навыков и умений.

В АО «Сахаэнерго» обучение персонала является приоритетным направлением, так как подготовка высокопрофессионального специалиста – это целенаправленный, планомерно осуществляемый процесс формирования новых ка-

честв и свойств работников, необходимых для достижения тактических и стратегических целей предприятия с использованием технологий обучения, повышения квалификации, формирования резерва, управления карьерой, социального и личностного развития, управления трудовой мотивацией стимулированием персонала, развития трудовой и творческой активности [2].

Применение технологий дистанционного обучения позволяет АО «Сахаэнерго» подготовить сотрудников по программам нормативного обучения для руководителей и специалистов (согласно требованиям надзорных органов), учитывая их меньшую стоимость в сравнении с очной формой обучения.

Отметим, что АО «Сахаэнерго» применяя различные способы оптимизации расходов на персонал, обучению персонала уделяет значительное внимание. Поставлены акценты на качественное выполнение производственных задач с применением производственного опыта и квалификации.

Список используемых источников:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ (ред. от 30.12.2015) // Российская газета. 31.12.2001. №256 (опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации. URL: <http://www.pravo.gov.ru>)
2. Трункина Л.В., Крумина К.В. Управление трудовым потенциалом: информационно-коммуникационный аспект // Российское предпринимательство. 2012. № 17 (215). С. 72-77. URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/25002/>
3. Темницкий А.Л. Справедливость в оплате труда как ценностная ориентация и фактор трудовой мотивации // Социологические исследования. 2005. №5.

© 2016, Ядрихинская Я.А.

Оптимизация расходов на персонал и обучение работников АО «Сахаэнерго»

© 2016, Yadrikhinskaia I.A.

Optimization of personnel and staff training costs in JSC «Sakhaenergo»

DOI: 10.17117/na.2016.03.01.347

Поступила (Received): 29.03.2016

Ядрихинская Я.А.
Анализ количественных показателей
работников АО «Сахаэнерго»

Yadrikhinskaia I.A.
Quantitative analysis of employees of JSC «Sakhaenergo»

В данной статье рассмотрены количественные показатели, определяющие кадровый состав работников. Проводится анализ показателей движения кадров, кадровый состав работников предприятия АО «Сахаэнерго»: по гендерному признаку, по возрастному составу, по квалификационной структуре, а также рассмотрен уровень образования работников

Ключевые слова: трудовой потенциал, гендерный признак, возрастной состав

The article describes the quantitative indicators that determine the staffing employees, analyzes traffic performance, gender, age, qualification structure and education of staff of JSC «Sakhaenergo»

Key words: employment potential, gender, age structure

Ядрихинская Яна Александровна

Магистрант

Северо-Восточный федеральный университет
г. Якутск, ул. Белинского, 58

Yadrikhinskaia Iana Alexanderovna

Master

North-Eastern federal university
Yakutsk, Belinsky st., 58

Основными факторами повышения эффективности труда и производства в целом являются квалификация персонала, степень подготовленности и использования кадров предприятия и их трудового потенциала. Результаты работы предприятия зависят от четкости и слаженности работы персонала, что предопределяет её эффективность. Поэтому рассмотрим количественные характеристики, которые определяют кадровый состав работников АО «Сахаэнерго»: по гендерному признаку, по возрастному составу, по квалификационной структуре.

Анализируя показатели движения кадров можно сделать вывод, что численность работников в 2015 году увеличилась на 1 чел. по сравнению с 2012 годом (2268 чел. в 2012 году, а в 2267 чел. в 2015 году). Но движение кадров в 2013 – 2015 годах, показало, что основной причиной выбытия как в предыдущем, так и в отчетном году являлось увольнение по собственному желанию. Основными причинами текучести кадров являлась: низкая оплата труда; перемена места жительства; высокая напряженность, ответственность и интенсивность труда; прогулы, дисциплинарные нарушения; выход на пенсию; истечение срока трудового договора; отсутствие карьерного роста и другое.

Кроме того АО «Сахаэнерго» проводятся мероприятия по оптимизации фонда оплаты труда, в связи с чем временно приостановлен прием персонала на вакантные должности, кроме оперативно-сменного персонала.

Прежде чем приступить к анализу численности и состава кадров, необходимо отметить, что производственный процесс в АО «Сахаэнерго» носит постоянный характер, поэтому в независимости от времени года, состав и численность основных рабочих меняется незначительно.

Необходимо отметить, что комплектование кадров происходило в период становления коллектива за счет внешних и внутренних источников. К первым относятся знакомые и друзья работников АО «Сахаэнерго», кандидаты на вакантные места, зачисленные в резерв, ко второму источнику – сотрудничество с Центром занятости, привлечение местного населения.

Кадровый состав работников АО «Сахаэнерго» по полу в динамике выглядит следующим образом: в 2012-2015 гг. 20 % женщин к 80 % мужчин (рис. 1).

Рис. 1. Кадровый состав работников по гендерному признаку (полу)

Коллектив преимущественно мужской, это объясняется особенностями деятельности, характером выполняемой работы.

Возраст работников в основном колеблется от 25 до 50 лет. Наименьшая по численности работников возрастная группа до 25 лет (рис. 2). Как видно, работники достигшие предпенсионного и пенсионного возраста достаточно многочисленны. Средний возраст работников по основной деятельности 41-42 года.

Рис. 2. Возрастной состав работников АО «Сахаэнерго»

Рассмотрим структуру кадров по образованию, анализируемый круг работников – руководители, специалисты.

По уровню образования работники делятся на 3 категории:

– работники, имеющие среднее (полное) или общее начальное профессиональное;

– среднее профессиональное;

– высшее профессиональное образование.

Распределив по вышеуказанным группам, получаем кадровую структуру по образованию в 2015 году работников, имеющих:

– начальное общее – 1 человек (0,04%);

– среднее общее – 906 человек (39,9%);

– среднее профессиональное – 853 человека (37,6%);

– высшее профессиональное образование – 507 человек (22,4%) (рис. 3).

Рис. 3. Квалификационная структура АО «Сахаэнерго»

В целом уровень образования работников АО «Сахаэнерго» постепенно растет: в 2012 году – 42,55%, 2013 году – 57,34%, 2014 году – 59,33%, 2015 году – 59,99%. Динамика уровня свидетельствует о повышении постоянства кадров, что характеризует закрепление квалифицированных кадров.

Список используемых источников:

1. Макаренко Н.Л., Косаренко Н.Н. Управление персоналом организаций. М.: Академический проект, 2015. 464 с.
2. Одегов Ю.Г., Журавлев И.В. Управление персоналом: учебник для ВУЗов. М.: Финстатинформ, 2014.
3. Щекотихина Н.И., Болдырева В.С. Анализ количественных, качественных и структурных характеристик эффективности работы персонала предприятия (по материалам IT-бизнеса) // Ключевые инструменты организации человеческого общежития: экономика и право. URL: <http://gisap.eu/ru/node/1033>
4. Отчет по управлению персоналом за 2012-2015 годы АО «Сахаэнерго».