МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»

НАУКА и ПРОСВЕЩЕНИЕ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ

СБОРНИК СТАТЕЙ VI МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,
СОСТОЯВШЕЙСЯ 5 ЯНВАРЯ 2019 Г. В Г. ПЕНЗА

ПЕНЗА
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»
2019

УДК 001.1
ББК 60
Э40

Ответственный редактор:
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

Э40

ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ: сборник статей VI Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – 280 с.

ISBN 978-5-907160-25-5

Настоящий сборник составлен по материалам VI Международной научно-практической конференции «**ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ**», состоявшейся 5 января 2019 г. в г. Пенза. В сборнике научных трудов рассматриваются современные проблемы науки и практики применения результатов научных исследований.

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законодательства об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке **Elibrary.ru** в соответствии с Договором №1096-04/2016К от 26.04.2016 г.

УДК 001.1
ББК 60

© МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2019
© Коллектив авторов, 2019

ISBN 978-5-907160-25-5

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ 12

МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И РИСКА
МИРОШНИЧЕНКО А.А., КУЛАГИН И.Н. 13

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ В РОССИИ
ЯКУНИНА ЮЛИЯ СЕРГЕЕВНА 17

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРЕДПРИЯТИЯ
САПЬЯН МАРИЯ ИГОРЕВНА 20

АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЛУЖАЩЕГО
МИРОШНИЧЕНКО А.А., КУЛАГИН И.Н. 24

МЕНЕДЖМЕНТ 28

СИСТЕМА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ТРУДА ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА ФГБОУ ВО «ВОЛГГМУ»
ЖУЧЕНКО ДАРЬЯ ДМИТРИЕВНА 29

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК В ИНДУСТРИИ БЫСТРОЙ МОДЫ
ТОРИЦЫНА ВАЛЕРИЯ ОЛЕГОВНА 32

ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ
АРТЕМЬЕВА ПОЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА 35

ОСОБЕННОСТИ НЕКОТОРЫХ ВИДОВ КОНСАЛТИНГА: ПРОЦЕССНОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ
ПЯТКОВА ТАТЬЯНА ВИТАЛЬЕВНА 38

МАРКЕТИНГ 41

БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ – ЕГО СУЩНОСТЬ И ЗАДАЧИ
БАБКО ДАНИЛ ИГОРЕВИЧ, ТРОШЕВ БОГДАН МИХАЙЛОВИЧ,
САВИЦКИЙ АРТЁМ АЛЕКСЕЕВИЧ 42

УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ В ИНДУСТРИИ БЫСТРОЙ МОДЫ
ТОРИЦЫНА ВАЛЕРИЯ ОЛЕГОВНА 45

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ СТРАТЕГИИ ПАРТИЗАНСКОГО МАРКЕТИНГА
ПЛУЖНИКОВА ИРИНА ИВАНОВНА, КОНОВАЛОВА ЮЛИЯ ВИТАЛЬЕВНА 48

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕСТОРНА «SUFRA»
СОБОЛЕВА СОФЬЯ ВЛАДИМИРОВНА, МАЦЕРА АЛЕКСАНДРА ВЛАДИМИРОВНА 51

ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ВНЕДРЕНИЕ CRM-СИСТЕМ
ФРОЛОВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА 55

4 ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ 58

УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМИ РИСКАМИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА
ШАДСКАЯ ИРИНА ГЕННАДЬЕВНА, ЮСУПОВ ДАМИР МАРАТОВИЧ 59

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В СИСТЕМЕ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА
ШАДСКАЯ ИРИНА ГЕННАДЬЕВНА, ЮСУПОВ ДАМИР МАРАТОВИЧ 63

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РЫНКА ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СВИРИДОВА ДИАНА БОРИСОВНА, ЮРАКОВА ЗИНАИДА ВАСИЛЬЕВНА 69

РЕГУЛИРОВАНИЕ КАРТОЧНЫХ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ В РОССИИ
МУХАНОВА ИРИНА НИКОЛАЕВНА..... 74

ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ
ВЕЙНБЕНДЕР ТАТЬЯНА ЛЕОНОВНА, ФУФАЕВА АННА ИВАНОВНА..... 81

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФОНДОВОЙ БИРЖИ ЗАО «КЫРГЫЗСКАЯ ФОНДОВАЯ БИРЖА»
ТОКТОСУНОВА ЧОЛПОН ТУРСУНАЛИЕВНА, КАЛНАЗАРОВ ЗАМИРБЕК ШАЙАХМАТОВИЧ..... 85

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФИНАНСОВЫХ КОВЕНАНТ КРЕДИТНОГО ДОГОВОРА
СМЕРТИНА ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА, ВОЛКОВИЦКАЯ ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА,
ЯРОВОЙ МАКСИМ ВЛАДИМИРОВИЧ..... 90

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ..... 93

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АУДИТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ
СМЕРТИНА ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА, ВОЛКОВИЦКАЯ ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА,
ЯРОВОЙ МАКСИМ ВЛАДИМИРОВИЧ..... 94

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ВОПРОСЕ ПРИНЯТИЯ К УЧЕТУ РАСХОДОВ ПО ИННОВАЦИЯМ В ОРГАНИЗАЦИИ
АБДУЛКЕРИМОВ КУРБАН КАРИМОВИЧ, ИСМАИЛОВ МАРАТ МУСТАФАЕВИЧ..... 97

НОРМАТИВНЫЙ МЕТОД УЧЕТА ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ
ТАТАРЧЕНКО ВИКТОРИЯ МИХАЙЛОВНА, ГОНЧАРОВА АННА ВЛАДИМИРОВНА 100

АВС КАК МЕТОД УЧЕТА ЗАТРАТ
ГОНЧАРОВА АННА ВЛАДИМИРОВНА, ТАТАРЧЕНКО ВИКТОРИЯ МИХАЙЛОВНА 103

АВТОМАТИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММ 1С
СИДАВСКАЯ ВИКТОРИЯ ВЛАДИМИРОВНА 106

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА АВС НА ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ
БЕЗНОЩЕНКО МАРИЯ ВИКТОРОВНА.....109

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО АУДИТА В РОССИИ И США
СКИФСКАЯ АННА ЛЕОНИДОВНА, ИГНАТЬЕВ ВЛАДИСЛАВ АЛЕКСАНДРОВИЧ.....113

АУДИТ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ
МАМАЕВ ТЕЛЬМАН АДАЛЕТОВИЧ....117

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ....120

К ВОПРОСУ О СПЕЦИАЛЬНЫХ НАЛОГОВЫХ РЕЖИМАХ И ИХ ЗНАЧЕНИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РФ
БАБКО ДАНИЛ ИГОРЕВИЧ, ТРОШЕВ БОГДАН МИХАЙЛОВИЧ,
САВИЦКИЙ АРТЁМ АЛЕКСЕЕВИЧ....121

НАЛОГОВАЯ РЕФОРМА И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ПЬЯНЗИНА ОЛЬГА ИВАНОВНА....124

СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ПЬЯНЗИНА ОЛЬГА ИВАНОВНА, ДОРОХИНА АНАСТАСИЯ ВЛАДИМИРОВНА....127

АНАЛИЗ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ РФ. ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ И ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ
КУБЕДИНОВА СУСАННА АЙДЕРОВНА....130

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ
ТИМОФЕЕВ НИКОЛАЙ НИКОЛАЕВИЧ, ЯРЦЕВА МАРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА,
ВОЕВОДИНА ЮЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА....136

СТРАХОВАНИЕ....140

СПРАВЕДЛИВАЯ СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ В ПРИБЫЛИ ПРИ ЕЖЕГОДНОМ ИНВЕСТИРОВАНИИ СТРАХОВАТЕЛЕМ СВОИХ СРЕДСТВ (ТЕРМИНАЛЬНЫЙ БОНУС)
КУЛИК АРТЕМ ЮРЬЕВИЧ, НАУМОВА ДИАНА ОЛЕГОВНА....141

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОГО СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ
СУМСКАЯ ОЛЬГА ВЯЧЕСЛАВОВНА, ШОПИНА ГАЛИНА ЮРЬЕВНА....145

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ....149

ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ МАШИННО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИЕЙ
МАНДРИКОВА ВЕРОНИКА ДМИТРИЕВНА, МОЛОТИЕВСКАЯ АННА АЛЕКСАНДРОВНА,
БОЛОБАН ПОЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА, ФИСУН СОФИЯ ИГОРЕВНА....150

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ ПРИ СБОРОЧНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ МАШИН И ОБОРУДОВАНИЯ
МАНДРИКОВА ВЕРОНИКА ДМИТРИЕВНА, МОЛОТИЕВСКАЯ АННА АЛЕКСАНДРОВНА,
БОЛОБАН ПОЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА, ФИСУН СОФИЯ ИГОРЕВНА....153

РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ И ГЕРМАНИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ
КУБАНЦЕВА ОЛЬГА ВИКТОРОВНА, ОЛЕЙНИК АЛИНА АНДРЕЕВНА....156

6 ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ

ИССЛЕДОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ТЯЖЕЛОЙ ТЕХНИКИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ CHINA FAW GROUP НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК
БОЦЮАНЬ МЭЙ, АНИКИНА Ю.А.....161

МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В СФЕРЕ ЭНЕРГЕТИКИ
АБРАМОВ ДМИТРИЙ ВАЛЕНТИНОВИЧ, МУХАМАДИЕВА ЛИЛИЯ НАИЛЬЕВНА, ФРОЛОВА КРИСТИНА АЛЕКСЕЕВНА.....164

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ В ЭКОНОМИКУ АФРИКАНСКОГО КОНТИНЕНТА
ЖДАНОВА ОЛЬГА АЛЕКСАНДРОВНА, ФЕДОТОВА ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА, ВТОРОВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА.....168

ПОСЛЕДСТВИЯ ВСТУПЛЕНИЯ РОССИИ В ВТО
КУБАНЦЕВА ОЛЬГА ВИКТОРОВНА, НАВОДЧЕНКО ЮЛИЯ ЮРЬЕВНА.....172

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА.....176

НАУКОГРАДЫ РОССИИ КАК БАЗА К ФОРМИРОВАНИЮ ИННОВАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ
АХМЕДУЕВ АБАС ШАПИЕВИЧ, МЕДЖИДОВ ЗАУР УРУДЖАЛИЕВИЧ 177

ПРОЦЕСС ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ
МАДАТОВА ОКСАНА ВЛАДИМИРОВНА, ЕЗУГОВА ФАТИМА ЗАУРБИЕВНА 180

ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ РЕГИОНА
СТРЕЖКОВА МАЙЯ АЛЕКСАНДРОВНА, МОРМОНТОВА АНАСТАСИЯ СЕРГЕЕВНА.....185

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ РФ
СТРЕЖКОВА МАЙЯ АЛЕКСАНДРОВНА, ОБЕРЕМКО ЕКАТЕРИНА ВЛАДИМИРОВНА.....188

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....191

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОХРАНЫ ТРУДА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ
ШИРОКОВ ЮРИЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ, СМИРНОВ ГЕОРГИЙ Н.НИКОЛАЕВИЧ.....192

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ: ФАКТОРЫ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ
КЛИМЕНКО А.Ю., САПРЫКИНА Н.В. 196

INSTAGRAM КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛУЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ ДЛЯ БОЛЬШОГО, СРЕДНЕГО И МАЛОГО БИЗНЕСА СФЕРЫ ТОВАРОВ И УСЛУГ
ЛАПИН ЕВГЕНИЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ.....199

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ И ОПЛАТЫ ТРУДА РАБОТНИКОВ
КАРПОВА НАДЕЖДА ВИКТОРОВНА, ШАБАНОВА НАТАЛЬЯ АНДРЕЕВНА, ХОЛБОЕВ АМИРБЕК КЕЛДИБЕК УГЛИ.....202

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ 206

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ТЕПЛОСНАБЖАЮЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ
ПАНАХОВА ЕЛИЗАВЕТА ОСМАНОВНА 207

ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ 211

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВНЕДРЕНИЯ НОВОЙ ТЕХНИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ
ХАНАФИЕВА ГУЗЕЛЬ ИЛДАРОВНА 212

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
ФЕДОРОВ ВИКТОР АЛЕКСАНДРОВИЧ, КАБАНОВ ВАДИМ АЛЕКСЕЕВИЧ,
ХАМРАЕВА РОЗИЯ БАХРИТДИНОВНА 215

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СТАРТАПОВ В ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ
МУРЫГИНА ЛАРИСА СЕРГЕЕВНА, БАКУНИНА ТАТЬЯНА ПАВЛОВНА 218

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ УСЛУГ КЕЙТЕРИНГА
БАГМУТ Ю.Н., ЧУГУНОВА О.В. 222

РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ПРОДУКТАМИ ПИТАНИЯ В РОССИЙСКОМ РИТЕЙЛЕ
СМЕЛИК АЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА 226

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ 229

ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ
ЛОСЕВА АЛЛА СЕРГЕЕВНА, ЛАНЬО АРИНА СЕРГЕЕВНА,
САМСЫГИНА ОЛЬГА АЛЕКСАНДРОВНА 230

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В ЭКОНОМИКЕ 234

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ УЧЕТА РАБОЧЕЙ АКТИВНОСТИ СОТРУДНИКОВ
КУРБАТОВА ПОЛИНА ВЯЧЕСЛАВОВНА 235

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ
ПЕТРОВА АНАСТАСИЯ АНДРЕЕВНА, КОСИНОВА ИННА ВАНЦЕТОВНА 240

РАЗРАБОТКА ИТ-ИНФРАСТРУКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА АРХИТЕТКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ
ДИДЫК ТАТЬЯНА ГЕННАДЬЕВНА, УТАРБАЕВА АСЕЛЬ АБУБАКЕРОВНА 243

РЕШЕНИЕ ЗАДАЧ ЛИНЕЙНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ MICROSOFT SOLVER FOUNDATION
АЛЕКСЕЕВ ГЕОРГИЙ СЕРГЕЕВИЧ 246

8 ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ 250

О МОДЕЛИРОВАНИИ В ПРОЦЕССЕ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ
ЛЕБЕДЕВА И. В. 251

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ФЕРМЕРОВ И РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
ПЬЯНЗИНА ОЛЬГА ИВАНОВНА, ЛЯШЕНКО ВЛАДИСЛАВ ЯРОСЛАВОВИЧ....254

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ
ГАББАСОВА РЕГИНА АЙРАТОВНА....257

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА СТОИМОСТЬ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ
КИЧИКОВА АНАСТАСИЯ ЕВГЕНЬЕВНА....260

СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА НАСЕЛЕНИЯ В РОССИИ
КАРПОВА Н.В., РАЗЗОКОВА Г.А. 264

СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МИГРАЦИОННОГО СОСТОЯНИЯ И ПРИЧИН, ВОЗДЕЙСТВУЮЩИХ НА ДЕМОГРАФИЧЕСКУЮ ЭКСПАНСИЮ РОССИИ
УСТИМЕНКО ЕВГЕНИЯ РОСТИСЛАВОВНА....267

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ 271

КОНКУРС НА ЗАМЕЩЕНИЕ ВАКАНТНОЙ ДОЛЖНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ СЛУЖБЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
КАШИН АРТЕМ ВАСИЛЬЕВИЧ, БЕЛКИН АНДРЕЙ АНДРЕЕВИЧ....272

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИИ....275

НАЦИОНАЛЬНО-СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ВТОРИЧНЫЕ НОМИНАЦИИ ТОПОНИМОВ ЭТНОСОЦИУМА США
ЖАРАСОВА АЛИЯ АДИЛБЕККЫЗЫ....276

РЕШЕНИЕ
о проведении
5.01.2019 г.
VI Международной научно-практической конференции

«ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ»

В соответствии с планом проведения
Международных научно-практических конференций
Международного центра научного сотрудничества «Наука и Просвещение»

1. **Цель конференции** – содействие интеграции российской науки в мировое информационное научное пространство, распространение научных и практических достижений в различных областях науки, поддержка высоких стандартов публикаций, а также апробация результатов научно-практической деятельности

2. **Утвердить состав организационного комитета и редакционной коллегии (для формирования сборника по итогам конкурса) в лице:**

1) **Агаркова Любовь Васильевна** – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»
2) **Ананченко Игорь Викторович** - кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры системного анализа и информационных технологий ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)»
3) **Антипов Александр Геннадьевич** – доктор филологических наук, профессор, главный научный сотрудник, профессор кафедры литературы и русского языка ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»
4) **Бабанова Юлия Владимировна –** доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Управление инновациями в бизнесе» Высшей школы экономики и управления ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»
5) **Багамаев Багам Манапович** – доктор ветеринарных наук, профессор кафедры терапии и фармакологии факультета ветеринарной медицины ФГБОУ ВО «Ставропольский Государственный Аграрный университет»
6) **Баженова Ольга Прокопьевна –** доктор биологических наук, профессор, профессор кафедры экологии, природопользования и биологии, ФГБОУ ВО «Омский государственный аграрный университет»
7) **Боярский Леонид Александрович** – доктор физико-математических наук, профессор, профессор кафедры физических методов изучения твердого тела ФГБОУ ВО «Новосибирский национальный исследовательский государственный университет»
8) **Бузни Артемий Николаевич –** доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры Менеджмента предпринимательской деятельности ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет», Институт экономики и управления
9) **Буров Александр Эдуардович –** доктор педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой «Физическое воспитание», профессор кафедры «Технология спортивной подготовки и прикладной медицины ФГБОУ ВО «Астраханский государственный технический университет»
10) **Васильев Сергей Иванович** - кандидат технических наук, профессор ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

11) **Власова Анна Владимировна** – доктор исторических наук, доцент, заведующей Научно-исследовательским сектором Уральского социально-экономического института (филиал) ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений»

12) **Гетманская Елена Валентиновна** – доктор педагогических наук, профессор, доцент кафедры методики преподавания литературы ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

13) **Грицай Людмила Александровна –** кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Рязанского филиала ФГБОУ ВО «Московский государственный институт культуры»

14) **Давлетшин Рашит Ахметович –** доктор медицинских наук, профессор, заведующий кафедрой госпитальной терапии №2, ФБГОУ ВО «Башкирский государственный медицинский университет»

15) **Иванова Ирина Викторовна** – канд.психол.наук, доцент, доцент кафедры «Социальной адаптации и организации работы с молодежью» ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского»

16) **Иглин Алексей Владимирович** – кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой теории государства и права Ульяновского филиал Российской академии народного хозяйства и госслужбы при Президенте РФ

17) **Ильин Сергей Юрьевич** – кандидат экономических наук, доцент, доцент, НОУ ВО «Московский технологический институт»

18) **Искандарова Гульнара Рифовна –** доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры иностранных и русского языков ФГКОУ ВО «Уфимский юридический институт МВД России»

19) **Казданян Сусанна Шалвовна** – доцент кафедры психологии Ереванского экономико-юридического университета, г. Ереван, Армения

20) Качалова Людмила Павловна – доктор педагогических наук, профессор ФГБОУ ВО «Шадринский государственный педагогический университет»

21) **Кожалиева Чинара Бакаевна** – кандидат психологических наук, доцент, доцент института психологи, социологии и социальных отношений ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»

22) **Колесников Геннадий Николаевич –** доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет»

23) **Корнев Вячеслав Вячеславович** – доктор философских наук, доцент, профессор ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций»

24) **Кремнева Татьяна Леонидовна** – доктор педагогических наук, профессор, профессор ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»

25) **Крылова Мария Николаевна** – кандидат филологических наук, профессор кафедры гуманитарных дисциплин и иностранных языков Азово-Черноморского инженерного института ФГБОУ ВО Донской ГАУ в г. Зерноград

26) **Кунц Елена Владимировна** – доктор юридических наук, профессор, зав. кафедрой уголовного права и криминологии ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»

27) **Курленя Михаил Владимирович** – доктор технических наук, профессор, главный научный сотрудник ФГБУН Институт горного дела им. Н.А. Чинакала Сибирского отделения Российской академии наук (ИГД СО РАН)

28) **Малкоч Виталий Анатольевич** – доктор искусствоведческих наук, Ведущий научный сотрудник, Академия Наук Республики Молдова

29) **Малова Ирина Викторовна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции, технологии и прикладной информатики ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»

30) **Месеняшина Людмила Александровна** – доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры русского языка и литературы ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»

31) **Некрасов Станислав Николаевич** – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии, главный научный сотрудник ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрнйы университет»

32) **Непомнящий Олег Владимирович** – кандидат технических наук, доцент, профессор, рук. НУЛ МПС ИКИТ, ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

33) **Оробец Владимир Александрович –** доктор ветеринарных наук, профессор, зав. кафедрой терапии и фармакологии ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

34) **Попова Ирина Витальевна** – доктор экономических наук, доцент ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

35) **Пырков Вячеслав Евгеньевич** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры теории и методики математического образования ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

36) **Рукавишников Виктор Степанович** – доктор медицинских наук, профессор, член-корр. РАН, директор ФГБНУ ВСИМЭИ, зав. кафедрой «Общей гигиены» ФГБОУ ВО «Иркутский государственный медицинский университет»

37) **Семенова Лидия Эдуардовна** – доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры классической и практической психологии Нижегородского государственного педагогического университета имени Козьмы Минина (Мининский университет)

38) **Удут Владимир Васильевич** – доктор медицинских наук, профессор, член-корреспондент РАН, заместитель директора по научной и лечебной работе, заведующий лабораторией физиологии, молекулярной и клинической фармакологии НИИФиРМ им. Е.Д. Гольдберга Томского НИМЦ.

39) **Фионова Людмила Римовна** – доктор технических наук, профессор, декан факультета вычислительной техники ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»

40) **Чистов Владимир Владимирович** – кандидат психологических наук, доцент кафедры теоретической и практической психологии Казахского государственного женского педагогического университета (Республика Казахстан. г. Алматы)

41) **Швец Ирина Михайловна** – доктор педагогических наук, профессор, профессор каф. Биофизики Института биологии и биомедицины ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный университет»

42) **Юрова Ксения Игоревна** – кандидат исторических наук, декан факультета экономики и права ОЧУ ВО "Московский инновационный университет"

3. Утвердить состав секретариата в лице:

1) Бычков Артём Александрович
2) Гуляева Светлана Юрьевна
3) Ибраев Альберт Артурович

Директор
МЦНС «Наука и Просвещение»
к.э.н. Гуляев Г.Ю.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 330

МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И РИСКА

МИРОШНИЧЕНКО А.А.,
КУЛАГИН И.Н.
Студенты
Новосибирский государственный университет экономики и управления
Россия, Новосибирск

Аннотация: Целью данной статьи является изучение методов и технологии разработки государственных управленческих решений в условиях неопределенности и риска. В статье рассматриваются риски как фактор принятия государственных решений и анализ ситуации неопределенности в свете санкций, а также нормативных решений в Российской Федерации в условиях неопределенности и риска. Значительное внимание уделено выявлению механизма трансформации политико-правовых решений в управленческих решений.
Ключевые слова: риски, неопределенность, управленческое решение, государственное управленческое решение, методы, подходы, санкции, инфляция.

THE METHODS AND TECHNOLOGY DEVELOPMENT MANAGEMENT GOVERNMENT DECISIONS IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY AND RISK

Miroshnichenko A.A.,
Kulagin I. N.

Abstract: The purpose of this article is to study methods and technology development of state administrative decisions in conditions of uncertainty and risk. The article discusses the risks as a factor in government decision-making and analysis of situations of uncertainty in light of the sanctions, and regulatory decisions in the Russian Federation in the conditions of uncertainty and risk. Considerable attention is paid to identifying the mechanism of transformation of the political-legal decisions in management decisions.
Key words: risk, uncertainty, management decisions, state administrative decision, the methods, approaches, sanctions, inflation.

Качество управленческих решений, контроль за тем, как они реализуются на практике, зависит от того, насколько хорошо они соответствуют текущей экономической ситуации и приоритетам.

В связи с этим необходимо подчеркнуть тот факт, что экономическая ситуация в стране во многом опосредуется деятельностью органов государственной и муниципальной власти. Таким образом, органам государственной власти Российской Федерации часто приходится разрабатывать и принимать

управленческие решения в условиях неопределенности и риска, особенно это касается решений в области экономики.

Управленческое решение - это результат коллективного творческого труда, оно носит общественный характер, даже когда руководитель один разрабатывает решения, коллективный интеллект неявно влияет на этот процесс. Работа по разработке управленческих решений должна быть высокопрофессиональной, с использованием теоретико-методических разработок отечественных и зарубежных ученых, а также накопленного опыта и систематизированной практики [3].

Как и в любом социальном процессе, принятие государственных решений по своей сути содержит в себе возможность возникновения непредвиденных обстоятельств, чреватых понесенными потерями, а зачастую и негативными последствиями планируемых действий [5].

Поскольку риски присутствуют на всех этапах принятия государственных решений, от постановки проблемы до подведения целей, государство играет фундаментальную роль в понимании природы риска.

К постоянно присутствующим в процессе принятия государственных решений причинам риска относятся:

* динамика социальных и естественных социальных процессов, развертывание, которое содержит многие поворотные точки и точки ветви, которые скрывают различные альтернативы развития;

* сочетание социальных и технологических типов движения, природных факторов и сознательных методов воздействия на ситуацию, затрудняющих оценку объектов контроля;

* возможность неадекватного выбора стратегии контроля и плана действий, преувеличения или занижения факторных угроз;

* недостаточная профессиональная компетентность руководителей, экспертов, реализующих конкретный план действий, тирания, человеческая ошибка, недобросовестная конкуренция, преувеличенное восприятие угроз, Блокировка необходима для разрешения ситуации [2].

В совокупности все вышеперечисленные причины могут предопределять различные формы риска, ущерб, который может быть связан с частичной дестабилизацией общественного порядка и эскалацией внутренних беспорядков, приводящих к возникновению экстремистских форм деятельности и авариям.

Учитывая системный характер рисков для принятия государственных решений, управленческие структуры функционируют в определенном диапазоне: с одной стороны, государство должно проявлять внимание даже к слабым сигналам о возможных неблагоприятных последствиях своей деятельности, а с другой-понимать неприемлемость включения в развитие целей неуместных гипотетических угроз [4].

Управление рисками - это перечень специальных аналитических и практических мер, направленных на предотвращение рисков, профилактику, страхование, а также на разработку стратегий по поддержанию приоритетов, установленных государственными целевыми показателями, по минимизации потенциального ущерба от принимаемых решений.

Одним из способов повышения эффективности государственного регулирования в этой сфере может стать создание широкой сети стратегических отношений, система экономической безопасности Российской Федерации может рассматриваться как подсистема общей концепции национальной безопасности [7].

Российские ученые сегодня обращают внимание на поддержание национальных интересов России, которые формируются на основе национальных ценностей, имеющих наиболее устойчивый характер, под влиянием долгосрочных тенденций социального развития. Развитая система ценностей в обществе представляет собой совокупность конкретных правовых норм, регулирующих общественные отношения и обеспечивающих национальную безопасность.[6]

В стратегии национальной безопасности Российской Федерации, утвержденная Указом Президента Российской Федерации от 31 декабря 2015 года № 683, предусмотрено, что российская экономика продемонстрировала способность сохранять и укреплять свой потенциал в условиях нестабильности мировой экономики и ограничительных экономических мер, введенных рядом стран против Российской Федерации. Однако в качестве стратегических приоритетов страны назван ее дальнейший экономиче-

ский рост [10]. Для обеспечения экономической безопасности основные усилия государства направлены на устранение диспропорций в экономике, территориальном развитии, развитии рынка труда, появление новой географии экономического роста, новых отраслей.

Несмотря на существование различных стратегий контроля и управления рисками, на самом деле все они могут быть отнесены к одному из четырех универсальных способов влияния государства на венчурные факторы. Такими методами являются политические, аналитические, социальные и финансовые инструменты [8].

Таким образом, выдержанная и объективная информация о риске не только получить сигнал для укрепления сотрудничества между государством и обществом, но и дает общественности некоторую ответственность за свои действия. Таким образом, такая информация приобретает политическую и управленческую ценность, поскольку позволяет укрепить доверие граждан к государству, улучшить его политический имидж, уменьшить волнение людей в средствах массовой информации [4].

Полное использование этих методов позволяет властям проводить разумную политику, которая позволит избежать рисков или сократить их распределение и воздействие; сохранить способность поддерживать риски в пределах приемлемых потерь; предотвратить последствия рисков, выходящих за рамки приемлемых.

В серии венчурных моделей и антикризисной стратегии государства связаны последовательные действия, направленные на снижение дестабилизирующего воздействия риска и снижение потенциального ущерба [9]. Таким образом, отечественный исследователь в. Романов предлагает четырехэтапную стратегию правительства.

В целом все модели сводятся к стратегиям неуязвимости и управления объектами. Таким образом, эти требования предполагают разработку вариантов действий, чтобы предотвратить крайности, преодолевая страхи руководителей по отношению к риску и т.д. [1].

Обычно в государствах разработкой методик управления рисками занимаются специальные структуры, экспертное сообщество и команда консультантов. К ним относятся не только те, которые находятся на службе у правительства, но и заключенные контракты с государственными учреждениями.

Таким образом, в современной России создана прочная правовая база обеспечения экономической безопасности государства. Вместе с тем современные реалии глобального развития требуют новых подходов к пониманию формирующейся новой глобальной реальности и дальнейшему совершенствованию регуляторной консолидации, вопросам экономической безопасности Российской Федерации для обеспечения оперативного реагирования на внутренние и внешние угрозы стабильности продовольственного рынка.

Список литературы

1. Афонцев С.А. Выход из кризиса в условиях санкций: миссия невыполнима? // Вопросы экономики. 2015. № 4. с. 23.
2. Баллод Б.А. Методы и алгоритмы принятия решений в экономике [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Баллод Б.А., Елизарова Н.Н. – Электрон. текстовые данные. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 224 с. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/18819
3. Батрик Р., Техника принятия эффективных управленческих решений, Спб: «Питер», 2014, 416 с.
4. Гурвич, Е.Т. Прилепский И.В. Экономика России лишилась 8,4% роста. 05.02.16. // http://www.vedomosti.ru/economics/articles /2016/02/05/ 626922-ekonomika-lishilas.
5. Закон: понятие, признаки, виды [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.grandars.ru/college/pravovedenie/zakon.html
6. Кардашова И.Б. О сущности национального интереса // Административное право и процесс. – 2015. – № 5.
7. Кашин А.В. Согласование интересов предпринимателя и государства: организационный аспект / А.В. Кашин // Научные записки НГУЭУ. - Новосибирск, 2005. С. 93-95.

8. Кашин А.В. Системное взаимодействие муниципального и хозяйственного образования / автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05. – Новосибирск, 2008. – с.16

9. Кашин А.В. Экономическое взаимодействие государства и бизнеса как условие формирования инновационного предпринимательства в России /А.В. Кашин, А.В. Кравец // Креативная экономика. - 2016. - Т. 10. № 2. - С. 161-172

© А.А. Мирошниченко, И.Н. Кулагин 2018

УДК 339.92

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ В РОССИИ

ЯКУНИНА ЮЛИЯ СЕРГЕЕВНА

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет им. Т.Ф. Горбачева»

Аннотация: Современные транснациональные корпорации превратили мировую экономику в международное производство, обеспечили развитие научно-технического прогресса. Необходимость выстоять в конкурентной борьбе способствует концентрации производства и капитала в международном масштабе. Выход российских компаний на международный уровень, активизация взаимодействия транснациональных корпораций с отечественными фирмами, с государством свидетельствует о развитии в экономике страны транснациональных корпораций.

Ключевые слова: транснациональная корпорация, конкуренция, проблемы, экономика.

COMPETITIVE PROBLEMS IN THE DEVELOPMENT OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS IN RUSSIA

Yakunina Yuliya Sergeevna

Abstract: modern transnational corporations have turned the world economy into international production and ensured the development of scientific and technological progress. The need to compete contributes to the concentration of production and capital internationally. The entry of Russian companies to the international level, the intensification of interaction of transnational corporations with domestic firms, with the state indicates the development of transnational corporations in the country's economy.

Key words: transnational Corporation, competition, problems, economy.

Проблемы сопровождающие процесс транснационализации российских транснациональных компаний, не находят своего решения, но только углубляются.

Конкурентные проблемы развития транснациональных корпораций в России включают в себя следующие.

Во-первых, невысокую по мировым меркам конкурентоспособность продукции российских ТНК (продвигаемой на мировом рынке благодаря демпинговым ценам на сырье), наряду с производством мировыми корпорациями в России продукции для внутреннего рынка, неконкурентоспособной за его пределами. Это относится, прежде всего, к российским сырьевым гигантам «Газпром», «Лукойл», а также к зарубежным корпорациям «Форд моторз компани», «БМВ», «Хьендэ» и др.

Во-вторых, в российской экономике транснациональные корпорации не выступают интегрирующим звеном между инвесторами, инновационными фирмами и научными организациями в России и за рубежом. Мы отмечаем, что период в развитии транснациональных корпораций, когда конкурентоспособность корпораций формировалась, прежде всего, за счет «материнской» производственной компании, фактически прошел. В настоящее время конкурентоспособность ТНК все больше обеспечивается за счет координации инновационной, инвестиционной и производственной деятельности филиалов и

дочерних компаний по всему миру. Поэтому именно фирмы транснационального уровня могли бы вывести российскую экономику на новый уровень международной конкурентоспособности, однако это не происходит.

В-третьих, конкурентный эффект от сотрудничества российских и международных транснациональных корпораций очень слаб. Несмотря на ряд проектов взаимодействия российских и иностранных самолетостроительных компаний (ОКБ «Сухой» и «Боинг»), сырьевых и химических компаний ОАО «Газпром» и «БАСФ», реального обмена технологиями и их трансфера в Россию практически нет. Между тем, практика показывает, что, конкурируя на одних товарных или географических рынках, крупнейшие мировые компании могут сотрудничать на других. Динамизм конкуренции транснациональными корпорациями проявляется в непрерывном появлении новых и уходе с рынка старых фирм, изменении ассортимента товаров и услуг, большом количестве слияний и поглощений. Для российских транснациональных корпораций это означает возможность наладить сотрудничество с ведущими мировыми производители высокотехнологичной продукции в рамках партнерских и кооперационных соглашений, поскольку основная сфера международной конкуренции для российских компаний – сырьевой рынок.

В-четвертых, налицо недоиспользование российскими транснациональными корпорациями конкурентных преимуществ, которые дает развитие взаимодействия крупных, средних и малых фирм, информационно-технологического обмена между ними. Важным фактором современной конкуренции транснациональных корпораций стало расширение круга конкурирующих компаний за счет крупнейших фирм из других отраслей и секторов экономики, мелких и средних фирм, добившихся высоких технологических или научно-технических результатов. Развитие международной конкуренции сегодня определяется информационно-коммуникационными технологиями, следовательно, в России практически нет транснациональных корпораций, действительно конкурентоспособных на мировом рынке.

Анализ конкуренции среди американских транснациональных корпораций, выполненный Н.Ю. Кониной, позволяет сделать вывод о том, что они эффективно используют комбинацию ресурсных, технологических, инновационных и глобальных конкурентных преимуществ [1, с. 24.]. Внедрение нововведений стало ключевым фактором конкурентоспособности высокотехнологичных корпораций США на мировом рынке, позволяя фирмам-лидерам добиваться сверхприбылей за счет присвоения интеллектуальной ренты, образующейся при монопольном использовании более новых продуктов и технологий. Ведущие высокотехнологичные транснациональные корпорации США в последние годы реализуют инновационно-технологическую комбинацию конкурентных преимуществ. На рост ценовой конкурентоспособности позитивно влияли глобальные слияния и вынос производств за пределы США, на конкурентоспособность за счет инноваций – успешные вложения в НИОКР и значительный спрос на внутреннем рынке.

На российском рынке сегодня наблюдается во многом сходная ситуация. В период реформ значительно вырос внутренний спрос, что сделало российский рынок привлекательным для международных производителей; возрастают и инвестиционные ресурсы крупнейших российских компаний. Вот только удовлетворяется этот спрос во многом за счет продукции, производимой международными корпорациями, в том числе на территории России (в электронике – полностью, в автомобилестроении – на 28%, в легкой промышленности – на 21%). Вместе с тем, у российских транснациональных корпораций есть шанс диверсифицировать свои вложения и повысить международную конкурентоспособность в обрабатывающей сфере, за счет инвестирования в высокотехнологичные активы за рубежом и переноса в Россию новых технологий [2, с. 6].

Тому должен способствовать тот факт, что в условиях глобализации информационных, финансовых, человеческих ресурсов резко возросла конкуренция на рынке полуфабрикатов и комплектующих. Не случайно транснациональные корпорации высокотехнологичных отраслей стали ориентироваться на горизонтальную интеграцию производства. Крупнейшие мировые производители нефтегазовой, черной, цветной металлургии, горнорудной, химической отраслей («Эксксон Мобил», «Бритиш Петролеум», «Ройал Дач Шелл», «Тотал», «Рио Тинто», «Аркелор Миттал», «Тата Стил» и др.) в силу специфики производственных процессов и эффектов масштаба продолжают использовать вертикальную интеграцию для создания конкурентных преимуществ. Поэтому российским транснациональным компаниям

сегодня также важно развивать интеграцию «от сырья до высокотехнологичного продукта». Это обеспечит им международную конкурентоспособность в долгом будущем.

Таким образом, проблемы развития транснациональных корпораций в российской экономике включают в себя недостаток в ней прямых иностранных инвестиций, неинновационность отечественного транснационального бизнеса, его недостаточную международная конкурентоспособность и отсутствие должного социального эффекта деятельности в стране компаний транснационального уровня. Для решения данных проблем важно проанализировать проблемы и пути развития связей субъектов транснационального и национального бизнеса в российской экономики и их государственного регулирования.

Список литературы

1. Конина Н. Ю. Конкурентоспособность транснациональных корпораций в условиях глобализации :автореф. дис. д-ра экон. наук / Н. Ю. Конина. – Москва: МГИМО, 2009. – С. 24-25.
2. Якунина, Ю.С. Перспективы участия транснациональных корпораций в модернизации российской экономики / Ю.А. Журавский, Ю.С. Якунина // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2011. – № 1. – С. 5-8.

© Ю.С. Якунина, 2019

УДК 005.7

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРЕДПРИЯТИЯ

САПЬЯН МАРИЯ ИГОРЕВНА

студентка
Калужский филиал
ФГОБУ ВО "Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации"

Аннотация. В статье исследуются факторы внешней и внутренней среды, влияние их на эффективность деятельности предприятия.
Ключевые слова: внешняя среда, внутренняя среда, предприятие, макросреда, микросреда.

STRATEGIC ANALYSIS OF A COMPANY

Sapyan Mariya Igorevna

Abstract. The article examines the factors of the external and internal environment, their influence on the efficiency of enterprise.
Key words: external environment, internal environment, enterprise, macro environment, microenvironment.

Все организации находятся и работают под влиянием внешней и внутренней сред, которые и определяют успешное функционирование организации. Как внешняя, так и внутренняя среда могут ограничивать функции компании, а каждое действие организации должно осуществляться после анализа этих сред.

Для оценки влияния факторов внутренней и внешней сред выбрана компания «Мир окон», которая производит, продаёт и устанавливает изделия из ПВХ. Пластиковые окна- основная единица в ассортименте компании. ООО «Мир окон» является юридическим лицом, имеет самостоятельный баланс, владеет обособленным имуществом, несет самостоятельную ответственность по своим обязательствам, приобретает и осуществляет имущественные и иные неимущественные права, исполняет обязанности, может быть истцом и ответчиком в суде. У ООО есть счета в банке, имеет право на простую круглую печать, штамп, символику, товарный знак.

Цели Компании:

1. Гарантирование качества и надёжности продукции, удобства и простоты использования, минимальных затрат сил, ресурсов и времени на протяжении срока эксплуатации; удобной и простой в использовании.

2. Гарантирование высокого профессионального сервиса и непрерывного повышения квалификации работников.

3. Стремление к максимуму в эффективном сотрудничестве с внешним (клиент, партнер) и внутренним заказчиком, объединение их ресурсов и способностей, которые обеспечивают рост предприятия, предоставление и сохранение мест для работы; стойкое повышение спроса потребителей на рынке светопрозрачных конструкций, который позволит предприятию сохранять высокие позиции на рынке.

Компания «**Мир окон»** стоит в тройке лидеров на оконном рынке Калужской области.

Общая численность работников ООО «Мир окон» 36 человек.

Организационная структура является линейно-функциональной. При данной структуре линейные руководители являются единоначальниками, а им оказывают помощь функциональные органы. Линейные руководители низших ступеней административно не подчинены функциональным руководителям

высших ступеней управления. В данном случае, линейным руководителем высшей ступени является директор, низшей ступени – менеджер продаж, а функциональным подразделением – ассистент продаж.[2, с. 100]

Данные для PEST-анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1

Степень влияния факторов внешней среды на деятельность компании «Мир окон»

Фактор влияния	Оценка степени влияния	Вес
Политические факторы		
Правительственная стабильность	3+	0,02
Изменение законодательства	4+	0,04
Налоговая политика	5+	0,1
Социальные факторы		
Рост населения	5+	0,2
Увеличение доходов	5+	0,2
Отношение населения к труду	4+	0,05
Социальная мобильность населения	2+	0,01
Активность потребителей	4+	0,09
Экономические факторы		
Экономическая ситуация в стране	3-	0,1
Курс национальной валюты	1-	0,01
Уровень инфляции	3-	0,03
Уровень безработицы	4-	0,03
Стоимость энергоресурсов	1-	0
Технологические факторы		
Технология производства	4+	0,1
Состояние оборудования	3+	0,02

Проведенный PEST-анализ позволил выявить наиболее значимые факторы влияния внешней среды на компанию «Мир окон»: изменение законодательства, государственная налоговая политика, увеличение населения страны, уровень инфляции и безработицы, отношения населения к труду, его активность потребителя. Изменение законодательства позволяет воспользоваться благоприятными возможностями для завоевания ниш на рынке, расширение сферы деятельности.

Угроза для компании «Мир окон»- экономическая ситуация в стране, если она будет ухудшаться, то потребительский спрос на пластиковые окна и изделия из ПВХ будет падать. Уровень инфляции и безработицы также является угрозой для компании, поэтому увеличение этих показателей также может привести к снижению спроса на продукцию, которую производит компания «Мир окон».

Увеличение численности населения и повышение его доходов- это возможности для компании «Мир окон», что приведёт к увеличению спроса потребителей на продукцию компании.

Далее рассмотрим внутреннюю среду компании «Мир окон». К ней относятся силы, явления, ситуационные факторы внутри организации. В данный момент компания «Мир окон» испытывает нехватку опытных мастеров, выполняющих монтаж пластиковых окон и изделий из ПВХ. Это отрицательно сказывается на затратах на производство.

«Мир окон» арендует помещение, собственная площадь отсутствует, что также способствует увеличению затрат компании. Неудовлетворительное состояние здания основного производства отрицательно влияет на условия работников. Следственно, это приводит к сокращению их трудоспособности и отрицательно влияет на работу компании вообще.

Анализ внутренней и внешней сред — это процессы, в ходе которых оценивается взаимодействие факторов и организации. Они способствуют выработке определенного поведения в заданных

условиях, а также показывают возможности и угрозы внешней среды. Для того чтобы организация существовала и оставалась конкурентоспособной, нужно знать внешнее окружение и развивать внутренние ресурсы.

Данные для SNW-анализа представлены в таблице 2. Знаком «X» отметим значимость фактора для компании.

Таблица 2

Степень влияния факторов внутренней среды на деятельность компании «Мир окон»

№ п/п	Факторы влияния	S	N	W
1.	Обученность персонала			X
2.	Трудовые условия		X	
3.	Мотивация и стимулирование персонала			X
4.	Текучесть кадров			X
5.	Квалификация персонала		X	
6.	Оценка качества работы персонала			X
7.	Социальный пакет		X	
8.	Организация планирования		X	
9.	Уровень технического оснащения		X	
10.	Информационное обеспечение		X	
11.	Качество произведенной продукции		X	
12.	Организация обслуживания клиентов			X
13.	Производственные площади	X		
14.	Организационная структура предприятия		X	
15.	Состояние охраны труда	X		
16.	Дилерская сеть	X		
17.	Объемы производства	X		
18.	Ассортимент выпускаемой продукции	X		
19.	Численность персонала		X	
20.	Заработанная плата		X	
21.	Имидж (деловая репутация) предприятия	X		
22.	Психологическая атмосфера в коллективе	X		
23.	Финансовая устойчивость предприятия		X	
24.	Место расположения		X	
25.	Ценовая политика		X	
26.	Объемы продажи		X	
27.	Сроки выполнения заказов	X		
28.	Зависимость от поставщиков		X	
29.	Ориентация на потребителя		X	
30.	Стратегия развития предприятия		X	

Проведенный SNW-анализ показывает, что наиболее значимыми факторами воздействия внутренней среды на компанию «Мир окон», являются – слабое обучение персонала, не достаточно эффективная мотивация сотрудников, что обеспечивает текучесть кадров, также недостаточный уровень обслуживания клиентов, что сказывается на недополучении прибыли. Слабая маркетинговая деятельность объясняется тем, что специалисты ООО «Мир окон» недостаточно глубоко изучают рынок пластиковых окон и изделий из ПВХ, практически не проводят опросы потребителей, относительно их пожеланий и предпочтений. Поэтому при изготовлении пластиковых окон и изделий из ПВХ, потребительские предпочтения специалистами компании учитываются не в полном объеме. [13, с. 115]

Список литературы

1. Федеральный закон от 8 февраля 1998г. №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (ред. от 29.07.2017);
2. Басовский, Л.Е. Стратегический менеджмент: учебник / Л.Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 365 с.
3. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г.Голова. - М.: Дашков и К, 2013. - 277 с.
4. Данько, Т.П., Голубев, М.П. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость: Учебник / Т.П. Данько, М.П. Голубев. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 416 с.-
5. Зайцев, Л.Г. Стратегический менеджмент: учебник / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. - М.: Магистр, 2013. - 528 с.
6. Коротков, Э.М., Солдатова, И.Ю. Основы менеджмента: Учебное пособие / Э.М. Коротков, И.Ю. Солдатова, - М.: Дашков и К, 2013. - 272 с.
7. Липсиц, И. В., Дымшиц М.Н. Основы маркетинга: учебник / И.В Липсиц., М.Н. Дымшиц. – М.: Геотар-Медиа, 2014. – 208 с.
8. Литвак, Б.Г. Стратегический менеджмент: Учебник для бакалавров / Б.Г. Литвак. - М.: Юрайт, 2013. - 507 с.
9. Маркарьян, Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Э.А. Маркарьян. - М.: КноРус, 2014. - 550 с.
10. Мормуль, Н.Ф. Экономика предприятия. Теория и практика / Н.Ф. Мормуль. – М.: Омега-Л, 2014. – 180 с.
11. Пласкова, Н.С. Анализ финансовой отчетности, составленной по МСФО: Учебник / Н.С. Пласкова. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 331 с.
12. Савицкая, Г. В. Экономический анализ: учебник / Г. В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2015. – 647 с.
13. Сергеев, И.В., Веретенникова И.И. Экономика организации (предприятия) / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова. - М.: Юрайт, 2014. - 672 с.

УДК 330

АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЛУЖАЩЕГО

МИРОШНИЧЕНКО А.А.,
КУЛАГИН И.Н.
Студенты
Новосибирский государственный университет экономики и управления
Россия, Новосибирск

Аннотация: Целью данной статьи является административно-правовой ответственности государственного служащего. В статье рассматриваются теоретические аспекты административно-правовой ответственности государственного служащего, основания для привлечения к административной ответственности государственных служащих, а также порядок привлечения к административной ответственности.
Ключевые слова: государственный служащий, юридическая ответственность, административно-правовая ответственность, КоАП РФ.

ADMINISTRATIVE AND LEGAL RESPONSIBILITY OF A PUBLIC SERVANT

Miroshnichenko A.A.,
Kulagin,I N.

Abstract: The purpose of this article is the administrative responsibility of a public servant. The article discusses the theoretical aspects of administrative and legal responsibility of a public servant, the basis for bringing to administrative responsibility of public servants, as well as the procedure for bringing to administrative responsibility.
Key words: public servant, legal responsibility, administrative and legal responsibility, Code of Administrative Offenses.

Государственная служба как один из важнейших правовых институтов, обеспечивающих реализацию контролирующего влияния государства, немыслима без четко определенных обязанностей отдельных элементов. В отношениях между должностными лицами и гражданским обществом ответственность заключается в том, чтобы играть роль обратной связи, благодаря которой обеспечивается надлежащее поведение управляющих субъектов.

Эффективность государственного управления и успешность профессиональной деятельности государственных служащих во многом зависят от закрепления их административного статуса или должности, которая соответствует задачам, возложенным на государственного служащего. Особое значение в этом отношении имеет законодательное определение характеристик административной ответственности государственных служащих.

Административная ответственность – это применение судьями, органами и должностными лица-

ми установленных государством мер административного наказания к физическим и юридическим лицам за совершение административного правонарушения. Государственные служащие в основной массе несут административную ответственность на общих основаниях с рядовыми гражданами. Вместе с тем можно выделить особую категорию государственных служащих, несущих административную ответственность в повышенном размере – должностные лица. Ответственность именно должностных лиц занимает видное место в институте административной ответственности. В КоАП РФ должностные лица в качестве специального субъекта выделены более чем в ста статьях [1].

Можно выделить три вида административных правонарушений, совершаемых должностными лицами:

1) прямое нарушение правил;

2) дача незаконных указаний подчиненным;

3) отсутствие контроля за действиями работников, повлекшее нарушение правил.

Второй и третий вид, очевидно, являются специфическими именно для должностных лиц [6].

Для должностных лиц применимый закон устанавливает только две основные административные санкции: предупреждения и штрафы. Главной особенностью административной ответственности должностных лиц является увеличение налагаемых на них штрафов.

Реальной основой административной ответственности государственных служащих является административное правонарушение, связанное с несоблюдением установленных правил в области управления, охраны общественного и общественного порядка, природы, общественного здравоохранения и других правил, соблюдение которых является частью их служебных обязанностей.

Должностное лицо подлежит административной ответственности, когда совершенное им правонарушение связано [7]:

1. С неисполнением своих служебных обязанностей. Федеральные законы (например, Закон о государственной службе), законы Российской Федерации (например, в Уставе Новосибирска) и другие законодательные акты (например, Указ Президента Российской Федерации, Постановление Правительства Российской Федерации о лицах различных федеральных органов исполнительной власти) тип должностных лиц, должностные инструкции, правила внутреннего распорядка, дисциплина, должностные инструкции и т. д. законодательства

В любом случае, чтобы привлечь должностного лица к административной ответственности, необходимо пересмотреть тот или иной нормативный акт (среди вышеперечисленных) и убедиться, что должностное лицо не выполняет свои служебные обязанности;

2. С ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Можно различить четыре основных условия, при которых может возникнуть административная ответственность должностных лиц:

1) совершаются действия, которые связаны с прямым нарушением общеобязательных административных или поведенческих правил;

2) были изданы команды (инструкции) и инструкции, которые нарушают положения установленных обязательных правил, то есть они не реагируют на них;

3) не соблюдаются обязанности по контролю за соблюдением общеобязательных правил поведения или административных процедур, установленных в законодательстве подчиненными;

4) соблюдение установленных правил входит в сферу служебных обязанностей и заносится в соответствующие описательные ведомости.

Эти термины отражают признаки административного правонарушения, включая противоправность, общественную опасность, вину, наказание и наличие поведения в форме действия или бездействия.

Большинство ученых склонны полагать, что основная часть преступлений будет совершаться этой категорией лиц в форме бездействия, которое обычно состоит из небрежного или безразличного отношения к своим служебным обязанностям. Такое отношение в соответствии с Кодексом об административных правонарушениях Российской Федерации выражается в невыполнении служебных обязан-

ностей, несоблюдении инструкций, непредоставлении достоверной информации, неисполнении решений вышестоящими органами [5].

Порядок привлечения к административной ответственности госслужащего –- это процедура набора должностного лица для совершения (или отказа) в совершении преступления, за которое был принят Кодекс поведения Российской Федерации об административных правонарушениях, дает ответственность.

Порядок привлечения ГГС происходит в следящем порядке:

1. Возбуждение дела об административном правонарушении.

При наличии поводов (указаны в статье административное расследование), должностное лицо возбуждает дело об административном правонарушении.

Протокол об административном правонарушении должен содержать дату и место подачи, должность, имя и инициалы лица, подготовившего протокол, информацию о лице, административное дело которого было возбуждено, а также имя, имя и отчество свидетеля и потерпевшего. Имеются свидетели и потерпевшие, место, время и место совершения административного правонарушения, статья в Кодексе поведения или закон субъекта Российской Федерации, который управляет этой администрацией за невиновное правонарушение, объяснение лица, законный представитель юридическое лицо, в отношении которого в деле имеется другая информация, необходимая для разрешения вопроса [3].

2. Решения по административному делу:

2.1) Административное расследование

Если административное правонарушение требуется в определенных областях деятельности, инспекция или другая процедура, требующая длительного времени, требует административного расследования.

2.2) Прекращение производства по делу об административном правонарушении до передачи дела на рассмотрение

Статья 28.9 Закона Российской Федерации о федеральных правонарушениях предусматривает, что при наличии хотя бы одного из обстоятельств, перечисленных в статье 24.5 Кодекса поведения Российской Федерации, орган или должностное лицо, ответственное за административные правонарушения, принимает решение о прекращении нарушения административных правил, изложенные в статье 29.10 КоАП РФ.

2.3) Направление протокола компетентному должностному лицу или судье для рассмотрения дела

В соответствии со статьей 28.8 Федерального кодекса Российской Федерации, решения прокуратуры (прокуроры) в случае административного правонарушения направляются судье, органу или должностному лицу для заслушивания запрета на административное управление в течение трех дней с даты составления протокола.

3. Порядок рассмотрения дела об административном правонарушении.

Это одна из самых важных стадий административного производства, потому что кроме общих вопросов (объявляется, кто рассматривает дело, какое дело подлежит рассмотрению, кто и на основании какого закона привлекается к административной ответственности и т.п.) рассматриваются и частные [4].

4.Результаты рассмотрения дела об административном правонарушении (выносится постановление или определение).

4.1. О назначении административного наказания (выносится постановление)

4.2. О прекращении производства по делу об административном правонарушении (постановление).

4.3. Другое: по результатам рассмотрения дела об административном правонарушении выносится определение:

5.Обжалование принятого решения.

Административная ответственность государственных служащих в настоящее время является наиболее передовой формой ответственности. Основные проблемы, связанные с его наложением и

исполнением, в настоящее время связаны с двумя проблемами: отсутствием единого определения должностного лица в административном законодательстве и «распространением» правил административной ответственности КоАП в других нормативных актах. Решение по данному делу заключается в принятии нового Кодекса об административных правонарушениях, в котором будут четко изложены общие принципы применения административной ответственности на территории Российской Федерации.

Список литературы

1. Федеральный закон от 30.12.2001г. №195-ФЗ «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» – [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/ (дата обращения: 23.12.2018)
2. Бежанов В.О. Рецидив административного правонарушения// Вестник РГГУ.–2016. - № 8. –42 с.
3. Гуев А.Н. Комментарий к Кодексу об административных правонарушениях РФ. – 2011. – 425 с.
4. Кашин А.В. Согласование интересов предпринимателя и государства: организационный аспект / А.В. Кашин // Научные записки НГУЭУ. - Новосибирск, 2005. С. 93-95.
5. Кашин А.В. Системное взаимодействие муниципального и хозяйственного образования / автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05. – Новосибирск, 2008. – с.16
6. Миннигулова Д.Б. Административная ответственность государственных гражданских служащих: законодательные коллизии // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2015. № 8.
7. Студенкина М. С. Правонарушение и ответственность // Теория государства и права / Под ред. А. С. Пиголкина. – М. – 2015. – 347 с.

© А.А. Мирошниченко, И.Н. Кулагин 2018

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 65

СИСТЕМА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ТРУДА ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА ФГБОУ ВО «ВОЛГГМУ»

ЖУЧЕНКО ДАРЬЯ ДМИТРИЕВНА

магистрант группы УТС-3
ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»

Аннотация: в статье рассматривается система оценки качества труда профессорско-преподавательского состава ФГБОУ ВО «ВолгГМУ», приводится анализ внедрения рейтинговой оценки преподавателя вуза с целью стимулирования роста квалификации, профессионализма, продуктивности педагогической и научной работы у научно-педагогического персонала вуза.
Ключевые слова: качество труда, образование, профессорско-преподавательский состав, абсолютный личный рейтинг преподавателя.

THE SYSTEM OF EVALUATION OF QUALITY OF WORK OF THE TEACHING STAFF OF THE «VSMU»

Zhuchenko Daria Dmitrievna

Abstract: the article deals with the system of evaluation of quality of work of the teaching staff of the «VSMU» provides an analysis of the implementation of rating of the University teacher in order to stimulate the growth of qualification, professionalism, efficiency of pedagogical and scientific work at the scientific-pedagogical staff of the University.
Key words: quality of work, education, teaching staff, absolute personal rating of the teacher.

Одно из важных направлений модернизации образования в Российской Федерации связано с повышением его качества. Актуальность этой насущной проблемы на нынешнем этапе во многом определена уровнем преподавания в университете, уровнем образованности и профессионализма научно-педагогического состава. Если раньше качество высшего образования рассматривалось в основном на государственном уровне, то теперь клиенты организаций либо прямо, либо опосредованно, через механизмы рынка труда агитируют университеты повышать качество профессиональной подготовки выпускающихся специалистов.

Одним из главных рычагов управления качеством педагогического процесса является создание системы оценки труда преподавателя и внедрение ее в практику работы педагога университета.

В работе преподавателей и кафедры выбор приоритетных направлений позволяет устремлять усилия на выполнение задач, установленных университету. В качестве повышения мотивации на выполнение высокоэффективной педагогической деятельности в систему управления научно-педагогическим составом вуза вводится материальное стимулирование сотрудников образовательного учреждения. Повышение личного мастерства в той или иной области деятельности стимулируется разработанной системой оценки качества вклада каждого педагога. Система оценки труда согласно установленной тарифной сетки в достаточно сильной степени приводит к уравниванию трудозатрат научно-педагогического состава вуза.

Применение системы оценки труда профессорско-преподавательского состава дает возможность более точно оценивать результаты деятельности преподавателя, что становится основой для установления заработной платы, и ввести категорирование научно-педагогического персонала вуза.

Целью данной научной статьи является анализ системы оценки качества труда профессорско-преподавательского состава ФГБОУ ВО «ВолгГМУ»

Рассмотрим специфику данной вариации повышения качества образовательного процесса посредством стимулирования педагогического персонала на примере опыта системы оценки качества труда профессорско-преподавательского состава ФГБОУ ВО «ВолгГМУ»

Целью рейтинговой оценки деятельности преподавателей в ВолгГМУ является стимулирование роста квалификации, профессионализма, продуктивности педагогической и научной работы, развитие творческой инициативы преподавателей путем дифференциации оплаты их труда.

Основными задачами рейтинговой оценки являются:

а. Создание фактографической информационной базы, всесторонне отражающей деятельность как отдельных преподавателей, так и кафедр, факультетов и университета в целом.

б. Совершенствование развития вуза через критический, серьезный и откровенный анализ эффективности личного труда коллективов.

в. Стимулирование видов деятельности, способствующих повышению рейтинга вуза в целом.

В основу механизма рейтинговой оценки положено представление о ней, как об акте признания администрацией университета и коллегами продукта результата научно-педагогической деятельности определенного педагога, продуктивности и качества его труда по подготовке выпускников и осуществления научных исследований. Применяемые при этом показатели и методика количественной оценки (ранжирования) деятельности научно-педагогического персонала разработаны руководством совместно с кафедрами и факультетами и одобрены ректоратом и центральным методическим советом вуза.

Рейтинговая оценка педагога учитывает квалификационный уровень преподавателя, его научный и производственный потенциал, а так же творческую активность за отчетный календарный год.

Для подсчета рейтинга, каждый педагог заполняет документ «Исходные данные для определения рейтинга преподавателя». Заполненный документ подписывается преподавателем и заверяется заведующим кафедрой.

В документе указаны названия показателей и их порядковые номера. Каждому показателю в документе соответствует определенное количество баллов. Все значения приводятся за отчетный календарный год. Все показатели имеют строго однозначную интерпретацию, поэтому при заполнении графы «Количество единиц» сотрудник должен соблюдать установленного обозначения показателей, раскрываемого в уточнениях и образцах.

Контроль за достоверностью значений показателей, внесенных в документ осуществляют ответственный за рейтинговую оценку профессорско-преподавательского состава на кафедре и заведующий кафедрой.

Внесение информации в электронную систему «ИСКРА» осуществляет методист УМО, опираясь на «Подтверждающими документами», указанными в столбце 6 документа. и соответствующими данными отделов и служб вуза.

Всем преподавателям, принявшим участие в рейтинговой оценке своей деятельности (в том числе находящимся в отпуске по беременности и родам или по уходу за ребенком) назначается надбавка к заработной плате из фонда стимулирующих выплат.

По итогам рейтинговой оценки, в рамках каждого профиля учебных предметов определяются преподаватели с большим абсолютным личным рейтингом для каждой квалификационной категории. Комиссия по подведению итогов рейтинговой оценки деятельности профессорско-преподавательского состава подает данные в аттестационные комиссии о преподавателях из числа научно-педагогического персонала, набравших наименьший абсолютный личный рейтинг среди соответствующей квалификационной категории в рамках определенного профиля преподаваемых дисциплин.

Таким образом, внедрение системы оценки качества труда профессорско-преподавательского состава вуза в конечном счете должно способствовать повышению качества предоставляемых образо-

вательных услуг, усовершенствованию системы оплаты труда и методов управления педагогическим и научным процессом в учебном учреждении.

Мониторинг качества работы научно-педагогического персонала внутри вуза позволяет определить уровень педагогического и научно-исследовательского процессов, а также условий и результатов подготовки специалистов и деятельности факультетов, кафедр, выйти на сравнительный анализ, выявить тенденции, определить причины или факторы, тормозящие либо стимулирующие улучшение качественных аспектов работы образовательного учреждения.

Список литературы

1. Белов, В.Г. Критерии оценки эффективности труда профессорско-преподавательского состава [текст] / Белов В.Г., Парфенов Ю.А., Косинова Е.П., Гибова И.М. // Фундаментальные исследования № 8. -2014. - с. 981-984.

2. Положение о рейтинговой оценке деятельности преподавателей ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России и установлении надбавок к заработной плате из фонда стимулирующих выплат (приказ ректора ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России от «16» ноября 2018 г. №1580-КМ.)

3. Яновский Л. М., Малов И. В. Рейтинговая оценка труда преподавателя ВУЗа: способ повышения качества преподавания // Acta Biomedica Scientifica. 2005. №2.

© Жученко Д.Д., 2019

УДК 33

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК В ИНДУСТРИИ БЫСТРОЙ МОДЫ

ТОРИЦЫНА ВАЛЕРИЯ ОЛЕГОВНА
Студентка магистратуры
Уральский Федеральный Университет

Аннотация. В статье представлены методические рекомендации по управлению цепями поставок в индустрии быстрой моды. Также рассматриваются способы, при использовании которых можно эффективнее работать в условиях рынка, которыми являются изменчивость рынка, жизненный цикл товара, и другие.
Ключевые слова: поставки, индустрия быстрой моды, сбыт, товар, мода, управление.

Annotation. The article presents guidelines for supply chain management in the fast fashion industry. It also discusses ways in which you can work more effectively in a market environment, which are the variability of the market, the life cycle of the goods, and others.
Keywords: supply, fast fashion industry, sales, goods, fashion, management.

Индустрия моды является экономическим сектором, в который входят компании, нацеленные на выпуск одежды, обуви, модных аксессуаров, а также предприятия, которые занимаются сбытом товаров. Развитие индустрии моды, в настоящее время служит драйвером развития экономик множества стран. Люди ежегодно тратят около 20 млрд. долл. на товары индустрии моды. При этом, в данной отрасли создаются огромные грузопотоки, сопровождающиеся как финансовыми, так и информационными потоками. Несмотря на то, что концепция управления цепями поставок изучена большинством ученых, вопросам, посвященных управлению цепями поставок в компаниях индустрии моды, уделено незначительное внимание. Это связано с общей недооценкой важности данной отрасли, особенно касается России.

Управление цепями поставок становится все более прогрессивным и динамичным. Технологии ворвались в нашу жизнь и радикально меняют привычные для нас вещи. Отрасли бизнеса также ощущают на себе влияние инноваций, и, в свою очередь понимают, что лучший способ оставаться конкурентоспособными на рынке – следить за последними тенденциями и внедрять инновации в бизнес-процессы [1].

Рассматривая методологию управления цепями поставок, обратимся к Теории Ограничений (подход к организации производственных процессов, разработанный в 1980-х годах Э.Голдраттом).

Теория Ограничений предлагает следующий алгоритм действий:

1. Найти ограничение, которое ограничивает систему;
2. Придумать как можно максимально использовать ограничение;
3. Подчинить компанию п.2, управлять через ограничение;
4. Расширить ограничение;
5. Вернуться к п.1.

Каждая компания располагает ограниченными ресурсами и не может улучшать все одновременно, так как на оптимизацию абсолютно всех процессов ресурсов не хватит. Кроме того, компания может столкнуться еще с одной распространенной в бизнесе вещью – решать не ту проблему. Если бороться со следствием, а не с проблемой, можно потратить временные ресурсы, а в ответ получить демотивацию.

Вопрос управления цепями поставок не теряет своей актуальности для российских компаний. Желание остаться на плаву при любых обстоятельствах порождает стремление уменьшить количество источников сырья и каналов реализации. Для решения этих задач стараются привлекать независимых специалистов, чья работа более эффективна и/или повлечет за собой меньше расходов. Такой подход направлен на расширение перечня предприятий, чья деятельность нацелена на удовлетворение клиентских потребностей при одновременном снижении управленческого контроля за обычными логистическими действиями.

Управление цепями поставок состоит из нескольких этапов [2]:

1. Planing (планирование).

На этом этапе устанавливаются источники снабжения, исследуются нюансы потребительских запросов, предъявляются требования к распределительной системе, осуществляется планирование операционных запасов и объемов, вычисляется размер поставок ресурсов и произведенных товаров. Помимо этого, определяется, что будет производиться своими силами, а что нужно приобрести у партнеров, и планируется управление товаром на протяжении всей цепочки. Такой подход делает возможным согласованность спроса с поставками с целью определения вектора развития в соответствии с требованиями Source (закупки), Make (производство), Deliver (доставка).

2. Source (закупки). Разрабатываются все нюансы управления поставками, анализируется их качество, определяются поставщики, с которыми подписываются договоры. Поступают ресурсы, с чем связан ряд последовательных действий: приобретение; получение; транспортировка; входной контроль; постановка; оприходование товара.

Важно иметь в виду, что руководство услугами и снабжением должно осуществляться на основании данных о перспективном и/или настоящем спросе.

3. Make (производство). На этом этапе выполняются следующие операции: производство; управление структурными элементами (т. е. контроль технологических изменений); менеджмент производственных циклов и мощностей (оборудования, зданий и т. п.), качества производства, графика рабочих смен и пр. Также имеют место контроль качества, фасовка, непосредственные операционные действия, хранение товаров и полуфабрикатов. Важно, чтобы все эти мероприятия согласовались с планируемым или текущим спросом.

4. Deliver (доставка). Этот шаг связан с осуществлением таких операций, как: управление заказами (непосредственное создание и регистрация заказов, определение формы продукции, вычисление ее стоимости, оформление и ведение клиентской и товарной базы, взаимодействие с дебиторами и кредиторами); управление складом (подбор, комплектация, фасовка и отправка товаров); перевозка продукции (регламентируется правилами управления каналами доставки и заказами). Все названные операции должны соответствовать планируемому и/или текущему спросу.

5. Return (возврат). Этот этап подразумевает определение критериев, по которым нереализованная продукция принимается назад, составление графиков возврата и направления на утилизацию.

Помимо этого, имеют место процессы, которые можно классифицировать следующим образом: supply Chain Planning (SCP) – планирование цепи поставок или бизнес-процессов в конкретно взятых ее звеньях; supply Chain Execution (SCE) – воплощение в жизнь этих планов и своевременное управление звеньями цепи поставок (например, транспорт, складское хозяйство).

Улучшение управления цепочками поставок позволяет получить ряд преимуществ:

– сужение самого цикла планирования при одновременном расширении его горизонта посредством оперативного получения достоверных сведений;

– достижение баланса между затратами, продукцией и поставщиками;

– выбор партнеров и организация тесного сотрудничества с ними;

– сокращение производственных расходов при помощи налаживания обмена данными между партнерами и улучшение работы с потоками продукции, что способствует появлению возможности не допустить возникновение слабых мест в операционном процессе;

– сокращение складских расходов посредством нахождения наилучшего уровня объема производства, соответствующего спросу.

Данный пункт вписывается в рамки концепции управления снабжением Just-in-Time (точно вовремя); гибкость и актуальность процессов снабжения делают возможным улучшение качества работы с покупателями.

Для повышения эффективности управления цепями поставок в индустрии моды важна нацеленность на пополнение индивидуальными стилями, дизайнами и цветами, которые продаются хорошо с одновременным уменьшением, изменением и отказом от тех изделий, которые при продажах оказываются, не так популярны, как предполагалось в прогнозах. Это обуславливает потребность не только в быстром, но и точном и гибком реагировании на изменения спроса, которое возможно только при использовании современных логистических и информационных технологий.

Понимание такой потребности выявляет необходимость использовать фактор времени для повышения эффективность цепей поставок, в том числе обуславливает использование концепции быстрого реагирования (QR) [1].

Согласно концепции быстрого реагирования компании, при сокращении совокупного цикла выполнения заказа и при помощи создания системы поставок, которая является более отзывчивой к спросу клиентов, могут более точно и гибко реагировать на изменения спроса. Концепция базируется на том, что прогнозы спроса, произведенные слишком рано, подвержены ошибкам, потому что существует множество внешних переменных влияющих на спрос. Прогнозы, произведенные для ближайшего будущего, более точны, потому что в таком случае существует меньше возможностей для изменения спроса.

Одним из способов, позволяющим уменьшить цикл выполнения заказа, является размещение заказов на производство товаров как можно ближе по времени к торговому сезону. Это дополнительное время позволяет ритейлерам собирать дополнительную информацию о рыночном спросе на свои продукты, который необходим для того, чтобы подготовить более точные прогнозы. Улучшение точности прогноза помогает системе поставок увеличить доступность продукта, одновременно сокращая количество непроданных остатков, которые в лучшем случае продадутся со скидкой, а в худшем – утилизируются.

Согласно информации аналитиков (AMR Research, Forrester Research), применение SCM дает предприятиям ряд серьезных преимуществ в конкурентной борьбе:

– повышение размера прибыли с 5 до 15 %;
– понижение стоимости и времени обработки заказа на 20–40 %;
– сокращение складских запасов на 20–40 %;
– уменьшение времени выхода на рынок на 15–30 %;
– снижение закупочных затрат на 5–15 %;
– уменьшение операционных расходов на 5–15 %.

Список литературы

1. Аникин Б.А. Методические рекомендации по управлению цепями поставок / Б. А. Аникин // Киберлининка. – 2017. – № 7. – С. 140-143.

2. Баркова Н.Ю. Управление цепями поставок транснациональных компаний в индустрии моды / Н.Ю. Баркова // Экономические науки. – 2016. – № 3. – С. 167-171.

УДК 331.108

ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

АРТЕМЬЕВА ПОЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА

студент,
ФГБОУ ВО Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна

Научный руководитель: Неуструева Анастасия Сергеевна
ст. преп.
ФГБОУ ВО Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна

Аннотация: Мотивация персонала является важной составляющей успешной работы компании, чем выше желание сотрудников работать, тем больше производительность труда, соответственно и прибыльность предприятия. Система стимулирования персонала должна быть основана на повышении заинтересованности интересов и желаний персонала, а также на том, что мотивация может быть рассмотрена как благо, которое может получить организация от работы нанятых работников. Проведенное исследование позволило выявить причины и последствия типичных ошибок при разработке системы мотивации персонала.
Ключевые слова: мотивация персонала, методы стимулирования персонала, ошибки при разработке системы мотивации.

EFFECTIVE PERSONNEL MOTIVATION SYSTEM IN MODERN CONDITIONS

Artemyeva Polina Aleksandrovna,
Neustrueva Anastasia Sergeevna

Annotation: The motivation of the staff is an important component of the company's successful work; the higher the employees' willingness to work, the greater the labor productivity, respectively, and the profitability of the enterprise. The system of staff incentives should be based on increasing the interest of the interests and desires of staff, as well as on the fact that motivation can be considered as a benefit that an organization can receive from the work of hired employees. The study made it possible to identify the causes and consequences of typical mistakes in developing a personnel motivation system.
Keywords: staff motivation, personnel incentive methods, mistakes in developing a motivation system.

Мотивация, является побуждением к действию, это процесс физиологического, или психологического характера, который управляет поведением человека и побуждает его к действию. Трудовая мотивация, в свою очередь, это совокупность внутренних и внешних движущих сил, побуждающих человека к трудовой деятельности и придающих этой деятельности направленность, которая ориентирована на достижение конкретных целей. Она позволяет динамично развиваться компании и помогает достичь соотношения между интересами каждого сотрудника и предприятия в целом. Эффективную систему мотивации отличает система вознаграждения, которая построена с учетом следующих факторов: характер и сложность выполняемой работы; роль труда отдельного сотрудника в общем результате; эффективность труда [1].

Перечисленные выше факторы учитывать при формировании системы оплаты труда трудно, но

безусловно необходимо, если их игнорировать, то это приведет к негативным последствиям: неизбежному снижению эффективности мотивации персонала и снижению эффективности функционирования предприятия в целом. Эффективная система мотивации имеет несколько преимуществ для организации: снижение конфликтности между сотрудниками в частности и между персоналом и руководством; повышение уровня самоорганизации; повышение производительности и качества работы; снижение показателей текучести персонала; увеличение лояльности персонала [1].

Изучение систем мотивации других компаний, или компаний-конкурентов, позволяет набраться положительного опыта, но тем не менее, прямое копирование ведет к негативным последствиям. В лучшем случае, это просто не даст никакого эффекта, поэтому при разработке системы мотивации необходимо учитывать такие особенности собственной организации как: организационная культура; бизнес-процессы, протекающие в компании; распределение должностных обязанностей; текучесть персонала и показатели производительности труда.

Помимо вышеперечисленного, система мотивации должна быть «прозрачной». Каждый сотрудник должен быть убежден в справедливости поощрений и наказаний, ведь если он будет сомневаться в объективности оценки или если ему будет непонятна система оценки, то это может сказаться на результатах его производительности.

Система мотивации включает две категории: 1. Материальная мотивация. То есть это то количество денежных выплат, которое предоставляется работодателем сотруднику (например, основной оклад, премии, надбавки, процент от продаж и прочее); 2. Нематериальная мотивация. То есть это поощрение сотрудников за качественную работу, которое не влияет на их заработную плату и другие выплаты (например, похвала, предоставление отгулов, корпоративные награды, содействие и помощь в продвижении по карьерной лестнице).

К основным ошибкам при разработке системы мотивации относятся следующие – рис. 1.

Рис. 1. Основные ошибки при разработке системы мотивации

Рассмотрим каждую ошибку в отдельности и её последствия в случае допущения. Устаревание системы мотивации происходит, когда она не меняется в течение очень длительного периода времени. Таким образом она перестает соответствовать состоянию внутренней и внешней среде организации.

Частое изменение и пересмотр системы мотивации тоже является одной из распространенных ошибок, так как персонал перестает воспринимать изменения и адаптироваться под них. Таким образом весь эффект от системы мотивации сводится к нулю. Также это ведет к тому, что персонал может потерять веру в справедливость.

Несмотря на то, что распространено заблуждение, что размер заработной платы персонала является коммерческой тайной, практика показывает, что работник всегда будет осведомлен о размере оплаты труда коллег. Таким образом, персонал неизбежно будет осведомлен о возможной несправедливости в системе материальной мотивации. Если образовалась такая ситуация, то она будет оказывать сильнейшее демотивирующее воздействие на сотрудников.

В системе материальной мотивации также есть правило, что премия начисляется только 40% сотрудникам отдела, которые перевыполнили план. В таком случае, образуется очередь на получение

данного вида премии и поэтому это утрачивает свое стимулирующее воздействие, так как воспринимается это как «черная касса». Избежать этого можно, если установить материальную мотивацию на основе конкретных результатов труда каждого сотрудника. Тогда у персонала будет уверенность в том, что его вклад в достижение целей организации будет точно вознагражден. Таким образом, эффективную систему мотивации можно построить на основе использования комплекса объективных показателей результативности каждого сотрудника организации.

Перекос в системе мотивации либо в сторону санкций, либо в сторону поощрений. Это является достаточно частой проблемой компаний и является типичной ошибкой при разработке системы мотивации. Перекос в сторону санкций заключается в том, что система мотивации сводится к уменьшению размера заработной платы и применение строгой дисциплинарной ответственности за различные виды сбои. При такой системе мотивации, сотрудник со временем утрачивает чувство причастности к работе компании. Но несмотря на это система мотивации должна включать санкции, но в удовлетворительных размерах, иначе это приведет к полной демотивации. Перекос в сторону поощрений заключается в том, что сотрудники начинают воспринимать все премии и простые бонусы как само собой разумеющееся и желание работать пропадает. Это ведет к снижению производительности труда и постоянному нарушению дисциплины.

При разработке эффективной системы мотивации необходимо руководствоваться соблюдением правил равномерности и сбалансированности. Чтобы избежать ошибки, заключающееся в дефектах системы целеполагания компании, необходимо определить: цель и задачи компании; объем финансовых ресурсов, затрачиваемых на персонал; имидж и положение организации на рынке труда; соответствие человеческих ресурсов компании ее цели и задачам; существующие потребности персонала [2].

Избежать ошибок при разработке эффективной системы мотивации можно при помощи анализа потребностей персонала. Иначе существует большая доля риска, что система мотивации станет неэффективной. Помимо этого, несоответствие использованных в системе мотивации стимулов ведет к разочарованию сотрудников и профессиональному выгоранию.

Список литературы

1. Кошелев А.Н. Эффективная мотивация торгового персонала. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и Ко, 2013. — 224 с.— Режим доступа: https://www.livelib.ru/book/1000615044/about-effektivnaya-motivatsiya-torgovogo-personala-a-n-koshelev#about

2. Неуструева А. С. Управление продажами [Электронный ресурс]: учебное пособие / Неуструева А. С., Петренко Ю. В. — СПб.: СПбГУПТД, 2016.— 134 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3620, по паролю.

© П.А. Артемьева, А.С. Неуструева, 2019

УДК 659.235

ОСОБЕННОСТИ НЕКОТОРЫХ ВИДОВ КОНСАЛТИНГА: ПРОЦЕССНОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ

ПЯТКОВА ТАТЬЯНА ВИТАЛЬЕВНА

Магистрант
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Аннотация. В статье представлены особенности трех видов консалтинга: процессного, обучающего и экспертного. Наиболее подробно рассматривается процессный консалтинг, его отличительные черты и преимущества применения. Рассмотрены три этапа консультационного процесса и их отличительные аспекты.
Ключевые слова: консалтинг, процессное консультирование, консультирование по процессу, этапы консалтинга, виды консалтинга.

THE FEATURES OF SOME TYPES OF CONSULTING: PROCESS CONSULTING

Pyatkova Tatiana Vital'evna

Abstract. The article describes the features of three types of consulting: process, training and expert. Process consulting, its distinctive features and advantages of application are considered in the most detail. Three stages of the consultation process and their distinctive aspects are considered.
Key words: consulting, process consulting, stages of consulting, types of consulting.

Консультационные услуги в настоящее время представляют собой широкий спектр определений, обозначений форм и видов консалтинга. Консалтинг – это профессиональные консультации кого-либо (продавцов и покупателей) по экономическим, хозяйственным и правовым вопросам; маркетинговые, прогнозные и экспертные советы, рекомендации [1]. В России данный вид деятельности сравнительно новое явление, что обуславливает достаточнао большой интерес в профессиональных и научных сообществах.

Согласно Европейскому справочнику – указателю консультантов по экономике и управлению, выпускаемому FEACO [2], существует 104 вида консалтинга. Методологическая классификация профессионально ориентирована на самих консультантов и различает виды консалтинга в зависимости от методов работы консультантов, а именно: экспертное, процессное и обучающее консультирование.

Экспертное консультирование – это профессиональная консультация в формате вопрос-ответ. Консультант самостоятельно детально изучат проблемную ситуацию и разрабатывает варианты разрешения ситуации с минимальными затратами для организации. Задача клиента заключается лишь в предоставлении консультанту доступа ко всей необходимой информации для всесторонней оценки ситуации.

При обучающем консультировании консультант кроме разработки идей и анализа решений, также предоставляет клиенту различную информацию. Тем самым подготавливает персонал организации-

клиента к самостоятельной выработке идей и решений. Обучающее консультирование способствует повышению квалификации персонала предприятия до необходимого уровня. После обучения персонал должен самостоятельно справляться с существующими и возникающими проблемами.

Управленческое консультирование представляет собой совокупность знаний о способах и средствах проведения процессов, а также сами эти процессы, при которых происходит осуществление изменений в организации. В связи с этим ключевым становится рассмотрение управленческого консультирования как процесса.

Процессное консультирование – это профессиональная помощь, заключающаяся в совместно вырабатываемых решениях на основе анализа существующих проблем функционирования и/или потенциала дальнейшего развития организаций. Консультирование по процессу предполагает, что без активного взаимодействия клиента и консультанта невозможно добиться успешных результатов в процессе изменения организации, так как процессный консультант помогает не только сделать работу, но и изменить те способы, с помощью которых сотрудники выполняют работу [3].

Принципиальным условием процессного консалтинга является готовность всех участников обмениваться между собой мнениями. Консультант и клиент должны понимать, что результат организационных изменений не всегда заранее не известен. В связи с этим важно, чтобы у всех стороны процессного консультирования была единая точка зрения на сущность и причины проблемы. Еще один важный момент – принятие всеми участниками ответственности за осуществление процесса и результаты. Несмотря на участие консультанта, он, тем не менее, остается независимым экспертом. Сближение консультанта с организацией клиента способствует снижению объективности суждений, необходимых клиенту для осуществления изменений.

В рамках консультационного процесса принято выделять несколько стадий. Многие из практики и теоретики консалтинга описывают стадии выделенные Миланом Кубром. Различия касаются лишь названий этапов и содержания некоторых из них.

Милан Кубр выделяет три стадии процесса консультирования – предконтрактная, контрактная, послеконтрактная. При этом каждую можно представить в качестве отдельного проекта со своими целями, задачами, путями их решения, методами работы и результатами. Предконтрактная стадия является подготовительным этапом процесса консультирования. На данной стадии происходит установление первоначального контракта между клиентом и консультантом. Далее консультантом проводится независимая диагностика проблемной ситуации. Важно, чтобы анализ организации, ее внешней и внутренней среды был динамичным и всесторонним. На основе анализа происходит формирование сначала рабочего задания, а затем коммерческого предложения. Оптимальным результатом предоставления предложения клиенту является заключение контракта на консультирование. При составлении договора консультант и клиент должны стремиться к достижению взаимопонимания по вопросам организации их взаимодействия и взаимных обязательств сторон [4].

Проектная стадия консультирования можно условно разделить на три этапа. Во-первых, установление точного диагноза. Происходит детальное и более глубокое изучение проблемной ситуации, определение влияющих на нее факторов. Также необходимо определить, насколько клиент способен осуществить изменения и эффективно решать проблемы. Немало важным в данном случае является установление обратной связи. Одна из наиболее популярных форм обратной связи – отчет. Поскольку некоторые проекты могут заканчиваться на этапе диагностики, в этом случае диагностический отчет будет служить итоговым отчетом.

Во-вторых, происходит выработка альтернатив решений диагностированной проблемы, выбор одной из альтернатив решений, предоставление предложений клиенту и подготовка к осуществлению решения, принятого клиентом. Цель данного этапа – выработать что-то новое. Не для каждой проблемы необходимо разрабатывать совершенно новый подход. Зачастую такая необходимость отсутствует, так как подходы разработаны ранее: достаточно определить их и перенести на новую ситуацию.

В-третьих, внедрение решений. С точки зрения клиента, внедрить изменения, ведущие к реальным улучшениям, - это основная цель любого консультационного процесса. Процесс консультирования может быть незавершен если клиент не принимает предложения консультанта либо консультант не находит ни-

какого решения проблем клиента, поскольку проблема в предлагаемой формулировке не имеет решения.

Послеконтрактная стадия консультирования – конечный этап процесса консультирования. Проект доведен до конца, когда цель достигнута и в помощи консультанта нет необходимости. Наиболее важной частью завершающего этапа консультационного процесса является оценка. Без нее невозможно установить, достигнуты ли поставленные цели и задачи, оправдывают ли полученные результаты, затраченные на них средства. Итогом данной стадии является заключительный отчет, который содержит указания на преимущества, полученные в результате изменений, и дает клиенту рекомендации о том, что следует предпринять или чего избегать в будущем.

В практике очень мало случаев, когда консультирование процесса изменений протекало бы строго в рамках вышеперечисленных параметров. Необходимо четко представлять критерии и принципы, на которых этот процесс основывается, чтобы выстроить продуктивные взаимоотношения между организацией и консультантом.

Процессное консультирование – это достаточно длительный и трудоемкий процесс работы консультанта и организации-клиента. Но, несмотря на это, в последнее время складывается ситуация, когда все большее число консультантов использует именно его, а соответственно, все большее количество руководителей организаций пользуются услугами именно консультантов по процессу.

Таким образом, под консалтингом понимают повышение эффективности деятельности организации, квалификации сотрудников. Консалтинг настолько разнообразен, насколько разнообразны потребности менеджмента компании. Потому как не все возникающие проблемы руководство компании может решить собственными силами. В зависимости от нужд организации специалисты решают самые различные задачи по оптимизации бизнеса, тактическому и стратегическому планированию внешней и внутренней деятельности организации. В настоящее время рынок бизнес-консалтинга предлагает настолько различные услуги, что практически любой сложный вопрос можно решить с помощью привлеченного специалиста.

Список литературы

1. Большой современный толковый словарь русского языка. 2012
2. Консалтинг. Режим доступа: http://economic-definition.com/Services_and_manufacturing/Konsalting_Consulting__eto.html
3. Токмакова Н.О. Основы управленческого консультирования: учебное пособие, руководство по изучению дисциплины, практикум по дисциплине, банк тестов по дисциплине, учебная программа / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М., 2004. – 226 с.
4. Маринко Г.И. Управленческий консалтинг: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 381 с. – (Учебники факультета государственного управления МГУ им. М.В.Ломоносова).

МАРКЕТИНГ

УДК 336

БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ – ЕГО СУЩНОСТЬ И ЗАДАЧИ

БАБКО ДАНИЛ ИГОРЕВИЧ,
ТРОШЕВ БОГДАН МИХАЙЛОВИЧ,
студенты 4 курса; факультета ЭиФ,
САВИЦКИЙ АРТЁМ АЛЕКСЕЕВИЧ
студент 3 курса; факультета ТД, РГЭУ (РИНХ),
г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

Аннотация: в данной работе рассмотрены теоретико-методические основы маркетинга в банковской деятельности, его основные инструменты, специфика и составляющие банковского маркетинга, изучены проблемы маркетинговой деятельности в банке.
Ключевые слова: маркетинг, банковский маркетинг, банк, кредитная организация, клиент банка, привлечение клиентов, методы анализа, PR, реклама.

BANK MARKETING IN THE RUSSIAN FEDERATION – ITS ESSENCE AND OBJECTIVES

Babko Daniel Igorevich,
Troshev Bohdan Mikhailovich,
Savitsky Artem Alekseevich

Abstract: In this paper, the theoretical and methodological foundations of marketing in banking, its main tools, the specifics and components of banking marketing, studied the problems of marketing activities in the bank.
Keywords: marketing, bank marketing, bank, credit organization, client of the bank, attraction of clients, methods of analysis, PR, advertising.

Маркетинг известен как система управления и организации деятельности кредитной организации, фирм, компаний, которая всесторонне учитывает происходящие на рынке процессы. Банковский маркетинг из-за своей специфики представляет собой особое направление маркетинга. Это внешняя и внутренняя идеология, политика, тактика и стратегия деятельности любого банка, которая определена конкретной общественно-политической и экономической ситуации. Банковский маркетинг может послужить своеобразным инструментом в преодолении трудностей в рамках антикризисного плана развития банка.

Необходимость современного маркетинга для банка обусловлена не только тем, чтобы организовать деятельность в соответствии с намеченными планами, но в большей степени для детального изучения работы и хозяйственного положения компаний, физических и юридических лиц, являющихся клиентами банка.

По нашему мнению, маркетинг для банковского сектора рассматривается как рыночная стратегия по созданию, продвижению и сбыту банковских товаров и услуг, которая имеет определенный набор механизмов, целью применения которых является удовлетворение нужд и потребностей клиентов для потребителя банковских услуг доходным образом.

В последние годы на банковском рынке все чаще используется интегрированный маркетинг. Целью данного маркетинга является не только лишь привлечение новых клиентов в банк, но еще и постоянное улучшение уровня качества обслуживания и улучшение условий работы с клиентами. Специфика данного маркетинга заключается в том, что коммерческие банки кроме привлечения денежных средств клиентов, заинтересованы еще и в эффективном использовании этих привлеченных средств при помощи качественного кредитного инструмента: государства, компаний, предприятий, населения. Данный факт обуславливает необходимость развития банковского маркетинга в комплексе: в сфере отношений кредитной организации с клиентами, а также в сфере кредитных вложений привлеченных банком денежных средств.

В ходе исследования нами выявлены следующие цели банковского маркетинга:

– удовлетворение потребностей клиента (банку необходимо найти новых клиентов, предложить кредитные ресурсы и получить комиссионный процент за пользование данными ресурсами и услугами банка);

– удовлетворение потребностей банковской организации (для получения доходов, которые банк направляет на развитие собственной деятельности);

– стимулирование и мотивирование персонала кредитной организации (без заинтересованности персонала будет страдать качество обслуживания клиента банка).

Рассмотрим, какие методы анализа в банке могут использоваться в рамках маркетингового исследования, и какие виды маркетинговой информации будут необходимы.

В первую очередь, необходимо произвести сбор информации, который нужен для выявления реального и потенциального рынка кредитной организации, изучения его потребностей и перспектив развития.

Так, можно собрать информацию о количестве клиентов, видах заказываемых продуктов и услуг, среднем объеме сделки, средней величине вклада и выданной ссуды, количестве сделок за определенный период и др. Единый реестр сведений, который позволит маркетологу в сборе и обработке информации, программное обеспечение, которое вычислит определенные индексы и показатели по базе данных значительно облегчит деятельность маркетологам в банке. [1, С.16]

Важную роль в рамках детального маркетингового анализа играет сегментация рынка. В основе разделения лежит характер продукта или услуги, предоставляемой банком. Это может быть кредитная операция, операционная, инвестиционная, и т.д. А также та, которая учитывает признак клиента, его географическую принадлежность, демографическую и поведенческую сегментацию банковского рынка.

После сбора информации и сегментации рынка, отдел маркетинга банка проводит анализ ситуации на общем банковском рынке.

Перед банком не встает проблема распространения услуг. Для него важнее стимулировать уровень продаж, оказывать должное влияние на потребности в потреблении продаваемых услуг. Для достижения необходимого эффекта продаж банковских услуг, необходимо не только изучать спрос на рынке, но и адаптировать данные услуги к потребителям. Для этого необходимо постоянно поддерживать тесную взаимосвязь со своим клиентом.

В банке существуют особые маркетинговые механизмы и средства коммуникации с внешней средой. Public Relations представляет собой систему мероприятий, которая направлена на обеспечение взаимопонимания, налаживания контакта между банком и общественностью. Цель PR – обеспечение благоприятного мнения о банке, проявления заинтересованности у потенциальных клиентов к своим услугам, преодоление барьеров. В рамках достижения благожелательного отношения общественности к банку используются разные методы. [2, С.36]

Реклама – особый инструмент в банковском маркетинге, способный решать наисложнейшую проблему – формировать и стимулировать спрос на продукты и услуги банка. Тем самым, реклама в данном случае занимает важное место в коммуникационной политике. Сфера деятельности рекламы, согласно литературе по банковскому маркетингу, включает в себя следующие элементы:

– изучение потребителей услуг, которые будут прорекламированы;

– исследование особенностей рынка, подвергающемуся подробному изучению;

– стратегическое планирование постановки целей (определения границ рынка, уровень обеспечения ассигнований);

– выбор средств рекламы с учетом тактических принимаемых решений по смете расходов, при разработке графиков публикаций и трансляции информационных объявлений;

– непосредственное составление рекламного текста, макетов, художественное оформление и т.д. рекламных сообщений о банковской организации. [3, С.70]

В зависимости от размера банковской организации, его специфики деятельности, учредителей, в соответствии с их целями и задачами деятельности и разрабатывается маркетинговая концепция, которой они будут придерживаться в ходе работы маркетингового отдела банка. Данное положение дел могут себе позволить только крупные банки, с относительно большим уставным капиталом и высоким авторитетом учредителей. Малые же банки способны менять маркетинговую концепцию в зависимости от изменений, протекающих во внешней или внутренней банковской среде. Обычно, они имеют основную и несколько альтернативных концепций развития маркетинговой деятельности банковской организации.

Список литературы

1. Козлов, А. А. Качество кредитной организации / А. А Козлов, А.О.Хмелев // Деньги и кредит, 2004. - No 3. – М.: Финансы и статистика. – С. 14–28.

2. Гусев, В.И. Способность банковской сферы России формировать системные свойства (теоретический аспект) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2009. Т. 9. С. 34–39.

3. Попова, Ж.Г. Психологические аспекты формирования благоприятного имиджа банка / Ж.Г. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – No5 (43). – С. 68–71.

© Бабко Д.И., Трошев Б.М., Савицкий А.А. 2019 г.

УДК 33

УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ В ИНДУСТРИИ БЫСТРОЙ МОДЫ

ТОРИЦЫНА ВАЛЕРИЯ ОЛЕГОВНА
Студентка магистратуры
Уральский Федеральный Университет

Аннотация. В статье представлены методические рекомендации по управлению коммуникациями в индустрии быстрой моды, а также выделены основные элементы коммуникационных процессов.
Ключевые слова: коммуникации, процесс коммуникации индустрия быстрой моды, товар, мода, управление.

Annotation. The article presents guidelines for the management of communications in the fast fashion industry, as well as the main elements of communication processes.
Key words: communication, communication process fast fashion industry, goods, fashion, management.

Индустрия моды является экономическим сектором, в который входят компании, нацеленные на выпуск одежды, обуви, модных аксессуаров, а также предприятия, которые занимаются сбытом товаров. Развитие индустрии моды, в настоящее время служит драйвером развития экономик множества стран. Люди ежегодно тратят около 20 млрд. долл. на товары индустрии моды.

Одна из основных особенностей продвижения компании в мире моды является опора на визуальные образы. Основываясь на данной тенденции, компании стремятся выстроить каналы коммуникации с потребителями на основе красочных визуальных образов.

Следующей особенностью модной индустрии можно назвать наличие добавленной стоимости, такой как влиятельное имя дизайнера, ценности, стиль жизни.

Еще одной тенденцией продвижения модных брендов является создание цельных образов. В этом случае, расширение спектра возможностей и товаров компании позволяет наилучшим образом удовлетворять запросы целевой аудитории [1, с. 245].

Особенностями коммуникационной политики в индустрии моды также выступает сезонность спроса, диверсификация дизайнерских брендов и прямое взаимодействие с искусством.

Возвращаясь к вопросу о коммуникационных инструментах в индустрии моды, можно отметить, что комплекс традиционных маркетинговых коммуникаций включает в себя (рисунок 1).

Одним из традиционных каналов продвижения в модной индустрии выступают печатные СМИ, а именно глянцевые журналы. Большинство глянцевых журналов используют прямую рекламу, когда размещают информацию о модных брендах, и косвенную – по средствам PR-статей.

Еще одной маркетинговой коммуникацией выступают связи с общественностью. Данная технология рассматривается как управленческая деятельность, направленная на создание и укрепление положительных коммуникаций между модными домами и общественными сообществами. Основная роль связей с общественностью заключается в управлении репутацией модных брендов, содействии благожелательному отношению общественности [4].

Примерами инструментов специалистов в сфере связей с общественностью могут служить пресс-релизы, статьи и другие печатные материалы, стенды и баннеры.

Рис.1. Комплекс традиционных маркетинговых коммуникаций

В последнее время к традиционным каналам продвижения добавился еще один мощный канал-это интернет-маркетинг. Аудитории индустрии моды также важно отношение к ней и своевременная обратная связь. В этом случае дополнительным элементом коммуникаций выступает SMM-продвижение и представительство в социальных сетях. SMM-продвижение представляет собой создание лояльной аудитории бренда в социальных сетях, путем двустороннего общения с потребителями и публикацией актуальной информации.

По мнению автора, основным коммуникационным инструментом продвижения в индустрии моды выступает организация модного показа, который представляет собой событийную форму продвижения бренда. Показ представляет собой театрализованное шоу, в процессе которого происходит демонстрация новой коллекции бренда. Мероприятия получает огласку в прессе, включая как платные, так и бесплатные рекламные акции.

Для обеспечения непрерывности взаимодействия с целевой аудиторией требуется интеграция разнообразных каналов коммуникации. Предпосылками этого выступают стремления компаний индустрии моды продвигать свои продукты сразу на нескольких платформах (физических и виртуальных), а также желания потребителей самостоятельно выбирать предпочтительный канал коммуникации.

Примерами таких современных маркетинговых коммуникаций относительно индустрии моды являются:

Проведение специальных модных событий с использованием digital-технологий. Применение специальных методов, при организации мероприятий, заимствованных у digital-индустрии позволяет насыщать мероприятие высокотехнологичными элементами и оценивать качество концепции события в целом. Эффект от любого такого мероприятия можно усилить и расширить, получив большее число откликов от лояльных клиентов, за счет digital-поддержки [3, с. 19].

Интернет-маркетинг на базе использования социальных сетей. С развитием цифровых технологий популярным средством коммуникативного продвижения в индустрии моды стали социальные медиа, представляющие собой совокупность интернет-площадок и предоставляющие потребителям возможность самостоятельно устанавливать коммуникацию и генерировать потребительский контент. В продвижении брендов индустрии моды в социальных сетях можно зафиксировать основные преимущества данного канала коммуникаций, такие как: огромная аудитория; доступный способ коммуникации; удобство поиска товаров; экономия на косвенных затратах и издержках.

Паблицитный капитал - тестовое продвижение брендов в индустрии моды с целью повышения их узнаваемости.

Ситуативный маркетинг, суть которого состоит в отсутствии необходимости анализа поведения покупателя. Потребительское поведение здесь формируется под влиянием различных популяризированных событий и ситуаций для создания ассоциаций их с брендом и стимулирования продаж.

Партнерство и спонсорство. Организация качественной работы бизнеса в индустрии моды на основе обмена партнерскими ссылками, проведения совместных акций и маркетинговых компаний. Данный канал предоставляет возможность уменьшить издержки на рекламу и увеличить охват аудитории.

Основными преимуществами использования современных интегрированных маркетинговых коммуникаций выступают: расширение доли рынка; повышение узнаваемости модных брендов, увеличение объема продаж [3, с. 18].

В итоге, можно сделать вывод о том, что продвижение компаний и продуктов в индустрии моды с помощью традиционных маркетинговых коммуникаций не всегда дает устойчивый положительный результат, так как эти каналы коммуникации не могут обеспечивать качественный взаимообратный обмен информацией с потребителями [1, с. 141].

Индустрия моды нуждается в комплексном использовании новых, интегрированных коммуникаций, специфика которых направлена на создание положительного имиджа и укрепление репутации предприятий.

Таким образом, при выборе маркетинговых коммуникаций для продвижения компаний и продуктов в индустрии моды необходимо делать акцент на инновациях и креативности. Успех зависит от постоянных изменений и интеграции маркетингового инструментария.

Список литературы

1. Аникин Б.А. Методические рекомендации по управлению цепями поставок / Б. А. Аникин // Киберлининка. – 2017. – № 7. – С. 140-143.
2. Баркова Н.Ю. Управление цепями поставок транснациональных компаний в индустрии моды / Н.Ю. Баркова // Экономические науки. – 2016. – № 3. – С. 167-171.
3. Малакеева М.А. Особенности управления коммуникациями в проекте / М.А. Малакеева // Экономика и управление. – 2016. – № 4. – С. 11-20.

УДК 338

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ СТРАТЕГИИ ПАРТИЗАНСКОГО МАРКЕТИНГА

ПЛУЖНИКОВА ИРИНА ИВАНОВНА,
к.т.н., доцент
КОНОВАЛОВА ЮЛИЯ ВИТАЛЬЕВНА
Студент
ФГБОУ ВО «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Аннотация: тема партизанского маркетинга является актуальной во всём мире. В данной статье было рассмотрено понятие «партизанский маркетинг», главные задачи партизанского маркетинга, преимущества и недостатки, а также рассмотрены компании, применяющие партизанский маркетинг.
Ключевые слова: маркетинг, партизанский маркетинг, стратегия, российский маркетинг, зарубежный маркетинг.

THE PRACTICAL APPLICATION OF THE STRATEGY OF GUERRILLA MARKETING

Konovalova Julia Vitalievna

Abstract: the theme of guerrilla marketing is relevant all over the world. This article discusses the concept of «guerrilla marketing», the main tasks of guerrilla marketing, advantages and disadvantages, as well as companies that use guerrilla marketing.
Keywords: marketing, guerrilla marketing, strategy, Russian marketing, foreign marketing.

На сегодняшний день партизанский маркетинг распространен и пользуется широкой популярностью во многих компаниях. Классическая реклама зачастую неинтересна для аудитории, кажется навязчивой, не привлекает внимания. Тогда в ход идут новые методы и способы завоевания рынка и привлечения потребителей. Одним из таких примеров является стратегия партизанского маркетинга.

Партизанский маркетинг − это разновидность маркетинга, использующего бесплатные или малобюджетные рекламы товаров или услуг, позволяющие привлекать новых клиентов и увеличивать свою прибыль. Данный вид очень хорошо подходит для только что открывшихся предприятий или небольших компаний. Задача данной стратегии − ближе подобраться к потребителю и «выстрелить» рекламой прямо в мозг, когда он к этому не готов. Такой вид рекламы, как правило, запоминается надолго. При этом, потребитель хочет поделится своими впечатлениями от увиденного с другими, рассказав (метод «сарафанного радио») или опубликовав пост в социальных сетях. И в том и в другом случае партизанский маркетинг выходит на совершенно новый уровень эффективности.

Исторические корни данного понятия уходят в 80-е годы XX века. Американский рекламист Джей Левинсон выпускает книгу под названием «Партизанская реклама», где впервые и употребляет данный термин. Название стратегии соотносится с партизанской войной, которая состоит из нерегулярных «вылазок», нападений на противника, с элементом неожиданности.

У данной стратегии есть свои положительные и отрицательные стороны. Рассмотрим их (табл. 1).

Таблица 1

Плюсы и минусы партизанского маркетинга

Плюсы	Минусы
Компания тратит меньше денег, чем на традиционную рекламу.	Риск неверного понимания данной рекламы очень высок. Это важно учитывать при выборе целевой аудитории.
Использование партизанского маркетинга покажет современность компании, ее желание идти «в ногу» со временем. И позволит ее распространить посредством «сарафанного радио».	Существует множество факторов, на которые сложно или невозможно повлиять при проведении рекламной компании. Например, информационный повод, несочетаемый с вашей рекламой или условия погоды.
Важный аспект – креативность, здесь важна новизна и необычность, чем тот фактор, сколько денег было вложено в данную рекламу.	• Риск вызвать недовольство местной администрации и городских властей из-за навязчивости рекламы, ее повсеместном распространении.

Следует также отметить, что не стоит злоупотреблять партизанским маркетингом и тем более употреблять только его, как элемент рекламы. Лучше применять данную стратегию в сочетании с традиционной рекламой. Или же использовать на этапе стартапа компании, когда нужно максимально привлечь целевую аудиторию.

Необходимо также рассмотреть, в каком виде существует партизанский маркетинг. Стратегия активно используется как в оффлайн, так и в онлайн среде. Например, интерактивный опрос, игра, розыгрыш; смешные картинки, вирусный текст на форуме, в соцсетях или блогах; провокационные мероприятия, которые вызовут интерес СМИ; реклама на людях; вирусные флеш-игры; автомобильный или уличный перфоманс; реклама на животных; оптические иллюзии; креативная сувенирная продукция, которую сложно выбросить; e-mail рассылка.

Как мы видим – разнообразие большое, все зависит от желания, энтузиазма и креативности предприятия. Рассмотрим самые крупные примеры партизанского маркетинга.

Red Bull − австрийская компания - производитель энергетических напитков. Широко известна как спонсор и организатор многочисленных спортивных соревнований и конкурсов в автоспорте, велоспорте, сноубординге, мотоспорте, киберспорте, футболе и других видах. Австралийский парашютист Феликс Баумгартнер поставил рекорд по максимальной высоте прыжка с парашютом. Это событие спонсировала компания Red Bull: ее логотип красовался на костюме Баумгартнера, и прыжок транслировался в реальном времени. Видео побило существовавшие на тот момент рекорды: его одновременно смотрело более 8 000 000 человек. Конечно, не все они побежали за банкой Red Bull сразу после просмотра ролика, но благодаря этой истории компания ассоциируется с экстремальными видами спорта, риском и рекордами.

Coca-Cola Happiness Machine − американская пищевая компания, крупнейший мировой производитель и поставщик концентратов, сиропов и безалкогольных напитков. Наиболее известным продуктом компании является напиток Coca-Cola. Coca-Cola создали «машину счастья», и этот ролик стал вирусным в социальных сетях. Внутри автомата сидел человек, который выдавал покупателям бутылки с колой. Его работу записали скрытой камерой и смонтировали видео, которое набрало более 7 000 000 просмотров на YouTube. Ролик, в котором люди так счастливы получить бутылку колы, действительно помогает закрепить за брендом самые позитивные ассоциации.

Следы Кинг−Конга в 3D. Чтобы создать шумиху вокруг фильма «Кинг-Конг» в 3D, маркетологи разместили на пляжах огромные отпечатки лап, которые выглядят как самые настоящие следы Кинг-Конга. Увидев их, люди бросились писать об этом в социальных сетях. Историю даже подхватили местные новостные сайты, и она помогла фильму выйти с экранов кинотеатров в реальную жизнь. В этих трех примерах мы наблюдаем использование стратегии партизанского маркетинга в виде видеороликов и изображений. Эффект неожиданности – вот, что привлекает внимание.

Рассмотрим примеры использования данной стратегии в России.

Компанией «Евросеть» была проведена акция, согласно которой любой желающий мог получить мобильный телефон, если придет в один из салонов сотовой связи полностью без одежды. Эта акция вызвала большое оживление среди людей и привлекала СМИ. Следует отметить, что желающих заполучить мобильный телефон оказалось достаточно, а компания привлекла на свой сайт примерно 30 000 человек и добилась узнаваемости.

Ещё одна рекламная акция, но уже от компании «TELE2» прошла под девизом «Отдохни со мной дешевле». На одежде одетых в специальную одежду девушек можно было увидеть надпись: «Отдохни со мной дешевле». Заинтересованные могли узнать о снижении цен на звонки во время роуминга.

По улицам городов, где работала сеть шинных центров «Шинтоп», ходили промоутеры в костюмах дедов морозов с плакатами «Нет летней резине!», призывающие автовладельцев вовремя сменить шины на зимние. Бюджета этой акции вряд ли хватило бы на ролик в теленовостях, но весь город говорил о ней, а информация попала в сводки новостей.

Партизанская реклама, проводимая в зарубежных странах и в России заметно отличается. В первую очередь, влияние оказывает менталитет людей. Партизанская радикальная кампания, проводимая в «Евросети», воспринималась людьми вполне адекватно. А в других странах то могло вызвать негативную реакцию.

Таким образом, мы рассмотрели стратегию партизанского маркетинга, основные особенности, виды, применение на российском и зарубежном рынках. В условиях быстроизменяющегося общества и развития новых технологий, а также с появлением инноватики, не следует отказывать от данного направления, а наоборот – внедрять его для привлечения внимания к товару или услуге.

Список литературы

1. Партизанский маркетинг [Электронный ресурс] / Все о партизанском маркетинге для стартапов. – Режим доступа https://lpgenerator.com/blog/2017/07/28/vse-o-partizanskom-marketinge-dlya startapov-i-ne-tolko. (Дата обращения 15.12.2018).
2. Приемы партизанского маркетинга [Электронный ресурс] / AdLoad.ru – уроки, задачи, лекции, ответы. – Режим доступа http://adload.ru/page/mark2_536.htm. (Дата обращения 15.12.2018).

© И.И. Плужникова, Ю.В. Коновалова, 2019

УДК 330

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕСТОРНА «SUFRA»

СОБОЛЕВА СОФЬЯ ВЛАДИМИРОВНА,
МАЦЕРА АЛЕКСАНДРА ВЛАДИМИРОВНА
Магистранты УрГЭУ
ФГБОУ ВО Уральский государственный экономический университет

Научный руководитель: Борцова Е.Л.
доцент, д.э.н.
ФГБОУ ВО Уральский государственный экономический университет

Аннотация: В настоящее время отрасль общественного питания является максимально востребованной и быстро развивающейся. Рынок общественного питания обширен, но его ниша во многих регионах нашей страны остается, не заполнена. Для того, чтобы ресторан не затерялся среди конкурентов во всем этом многообразии, необходимо проводить маркетинговые исследования. Благодаря этим исследованиям, возможно, оценить конкурентоспособность ресторана и при необходимости внести коррективы в его деятельность. В данной работе проведены маркетинговые исследования ресторана «Sufra» и анализ его конкурентов.
Ключевые слова: ценность, услуги питания, функциональная ценность, эмоциональная ценность, познавательная ценность, цветовые решения, маркетинговые исследования.

MARKETING RESEARCH OF SUFRA RESTAURANT

Soboleva Sofia Vladimirovna,
Matsera Alexandra Vladimirovna

Annotation: Currently, the catering industry is the most demanded and rapidly growing. The catering market is extensive, but its niche in many regions of our country remains, is not filled. In order for the restaurant not to get lost among competitors in all this variety, it is necessary to conduct marketing research. Thanks to these studies, it is possible to assess the competitiveness of the restaurant and, if necessary, make adjustments to its activities. In this paper, conducted marketing research restaurant "Sufra" and analysis of its competitors.
Keywords: value, nutrition services, functional value, emotional value, cognitive value, color solutions, marketing research.

Ключевые слова: ценность, услуги питания, функциональная ценность, эмоциональная ценность, познавательная ценность, цветовые решения, маркетинговые исследования.

Ресторан «Sufra» - предприятие, организующие производство, реализацию продукции общественного питания и обслуживание потребителей с потреблением на месте и на вынос (вывоз) с возможностью доставки. Ресторан относится к стационарным заведениям. Данное заведение работает на сырье (с полным технологическим циклом). По месторасположения – общедоступное предприятие, постоянно действующее [1].

Что такое ценность? Ценность - это соотношение между преимуществами, которые потребитель

получает в результате приобретения и использования товара, и затратами на его приобретение[2].

Рассмотрим, как проявляется функциональная ценность в услугах выбранного ресторана.

Функциональная ценность услуги питания – это ассортимент блюд и напитков. Ассортимент ресторана «Sufra» представлен следующими позициями: закуски (холодные закуски – 11позиций), салаты (21 позиция), блюда из птицы, мяса, рыбы и овощей (горячие блюда-19 позиций, блюда на мангале-29 позиций, гарниры из овощей – 4 позиции), супы (10 позиций) сладкие блюда (21 позиция). Напитки в ассортименте безалкогольные и алкогольные[3].

Проанализируем меню более подробно. Таким образом, меню представляет собой перечень блюд и напитков, котором указаны основные ингредиенты, входящие в состав блюд, цена и выход. Ассортиментный перечень реализуемой продукции соответствует ассортиментному минимуму для данного типа заведения. Порядок блюд внутри каждой группы нарушен.

Функциональная ценность услуги обслуживания включает в себя формы обслуживания, предметы интерьера, освещение, музыку в заведении. Так в ресторане «Sufra» обслуживание официантами. На предприятие используется керамическая посуда (тарелки различного диаметра, чашки), стеклянная (бокалы, фужеры, хайболы, чайники). Приборы из нержавеющей стали. Присутствует мебель мягкая(кресла, диваны), ресторан разделен на 3 зала в каждом из которых мебель и предметы декоры подобраны с учетом стилистики заведения, а так же в летнее время функционирует веранда с которой открывается вид на центральные улицы города Екатеринбурга. Много используется элементов декора. Все столы деревянные, сделанные из сосны. В зале так же присутствуют стеллажи. В музыке присутствуют азербайджанские мотивы.

Функциональная ценность услуги реализации отражает температуры подачи блюд и напитков, форма персонала. Таким образом, в ресторане температура подачи горячих блюд 65 С – 75 С , супов 70 С, холодных блюд- 10-12,горячих напитков - не ниже 75С, холодных - 7-14С, что соответствует требованиям нормативных документов [4]. Одежда официантов - голубые футболки поло с фирменной эмблемой и фартуки, хостес одеты в черные платья.

Функциональная ценность информационной услуги включает информацию об аллергенах, калорийности блюд.

В меню ресторана «Sufra» не представлена информация о возможных аллергенах и калорийности блюд и напитков.

Функциональная ценность организации досуга ресторана «Sufra» проявляется в следующем – по праздничным дням выступают коллективы с национальными танцами.

Далее рассмотрим эмоциональную ценность в услугах.

Эмоциональная ценность услуги питания проявляется в сочетании цветов ингредиентов блюд и составляющих компонентов напитка. Так рассмотрим сочетание цветов на примере некоторых блюд ресторана. Аджапсандал – сочетание ярко-красного цвета перца с темным цветом баклажанов, серым цветом мяса и веточкой яркой зелени. Данное блюдо смотрится гармоничным и аппетитным. Салат “Огни баку” сочетает в себе красный цвет помидор с преобладанием зеленого цвета листьев салата, так же кусочков желтого сыра и серого мяса. Блюдо выглядит аппетитным за счет комбинации ярких оттенков. По периметру блюда оформлено темно-коричневым соусом.

Эмоциональная ценность услуги обслуживания проявляется в цветовых решениях интерьера заведения, освещении, музыкальном сопровождении. Таком образом ресторан «Sufra» разделен на 3 зала в каждом из которых, мебель и предметы декоры подобраны с учетом стилистики заведения. В одном из залов преобладает красный цвет. Оранжевый и желтый цвета , используются во втором зале. Интерьер третьего зала выполнен в холодных цветах, преобладает белый цвет. В музыке присутствуют азербайджанские мотивы.

Эмоциональная ценность услуги реализации проявляется, так же как и функциональная в температурах подачи блюд, напитков, скорости подачи и скорости обслуживания [5].

Эмоциональная ценность информационной услуги включает оформление меню, цвета используемые в нем. Меню ресторана «Sufra» белого цвета. Красным жирным шрифтом (курсивом) – выделены заголовки холодные блюда, горячие блюда, сладкие блюда и т.д. А ассортимент блюд (состав входя-

щих в них ингредиентов) черным шрифтом(курсивом).

Эмоциональная ценность услуги организации досуга проявляется в следующем – по праздничным дням выступают коллективы с национальными танцами.

Если говорить, о познавательной ценности ресторана «Sufra», то она проявляется в следующем. В ресторане можно познакомиться с азербайджанской кухней, блюда которой подают по всем традициям этой страны. А интерьер заведения, музыкально сопровождение и национальные танцы позволяют погрузиться в культуру Азербайджана.

Ассоциативная ценность ресторана «Sufra» заключается в следующем. «Sufra» – это ресторан аутентичной азербайджанской кухни. В ресторане можно насладится национальными блюдами, терпкими винами, ароматными чаями и сладостями. В ресторане используются исключительно натуральные продукты первоклассного качества. Ресторан наполнен атмосферой спокойствия и уюта, которая создана благодаря безукоризненному сервису, внимательному персоналу. Атмосфера ресторана погружает нас в культуру и атмосферу стран ближнего востока.

Что касается конкурентов ресторана «Sufra», одним из главных была выделена чайхона «Plov project». Данные рестораны являются конкурирующими, так как находятся в непосредственной близости друг к другу. Средний чек в обоих ресторанах составляет приблизительно 800 рублей.

Анализируя меню ресторанов можно прийти к выводу, что меню Чайхоны “Plov project” разнообразнее по ассортименту блюд, в нем присутствует информация об истории блюд, особенности приготовления и подачи, а так же история развития ресторана. Меню ресторана “Sufra” не намного уступает, в нем так же большой ассортимент, присутствуют национальные блюда, блюда на мангале. Ни в том, ни в другом ресторане на страницах меню не представлена информация об аллергенах, калорийности, пищевой ценности блюд.

Оба ресторана – это эстетическая подача меню и дизайн интерьера, который превосходно стилизован, чтобы дать гостям обстановку спокойствия и уюта.

“Plov project” отличается яркими, броскими цветами, необычными сочетаниями. Все в этом заведении начиная от меню и заканчивая музыкой – располагает к отдыху в большой компании, по большей части ориентировано на гостей в возрасте от 20 до 35 лет.

Ресторан “Sufra” отличается более лаконичными и классическим дизайном, который прослеживается не только в интерьере, но и в меню и в оформление блюд. В заведениях можно отведать вкуснейшие блюда по старинным рецептам, отдохнуть в хорошей компании на свежем воздухе. Ресторан “Sufra” в отличие от чайхоны отличается более строгой подачей, которая проявляется не только в блюдах, но и в оформление интерьера, форме официантов, да и в целом стилистики заведения. Сюда приходят люди для размеренного отдыха без лишней суеты. Чайхона находится в торговом центре, что позволяет привлечь дополнительных гостей – посетителей ТРЦ.

Резюмируя все вышесказанное можно подвести ряд выводов о ресторане «Sufra».

Ресторан “Sufra” является конкурентоспособным и успешно развивающимся предприятием общественного питания. Ресторан имеет удобное расположение в самом центре города в ТЦ Limerance, на 9 этаже, где открывается панорамный вид на город. Данный ТЦ располагается на пересечение двух крупных центральных улиц, имеет свою парковочную зону, что несомненно является плюсом для заведения.

Меню ресторана представлено широким разнообразным ассортиментов вкуснейших национальных блюд и напитков. Средний чек заведения составляет 800р.

Ресторан “Sufra” – это оптимальное соотношение цены и качества блюд и сервиса.

Ресторан “Sufra” это строгая подача, которая проявляется не только в блюдах, но и в оформление интерьера, форме официантов, да и в целом стилистики заведения. Сюда приходят люди для размеренного отдыха.

Визит в ресторан «Sufra» - это настоящее путешествие в гостеприимный Азербайджан, отдых на тенистых террасах, где слышны мелодичные звуки Азербайджана, витает аромат восточных специй и шашлыка, а бокал красного вина настраивает на приятную трапезу в кругу друзей и семьи.

В меню ресторана собраны настоящие жемчужины кавказской кухни. Специально приглашенные

с Кавказа повара готовят именно так, как эти блюда делаются у себя на родине: на углях, открытом огне, с больших количеством натуральных специй, свежей зеленью. С уверенностью можно сказать, здесь, у каждого гостя появится уникальная возможность попробовать настоящие азербайджанский люля–кебаб и прочие блюда.

«Sufra» - это пожалуй единственный уголок в нашем городе, где полностью погружаешься в атмосферу гостеприимного Азербайджана. Здесь можно отведать блюда по старинным рецептам. Именно грамотное сочетание блюд, безупречно приготовленных поварами, уютного интерьера, приятной музыки, быстрого вежливого обслуживания официантами создает атмосферу этого заведения и делает его уникальным.

Список литературы

1. ГОСТ 30389-2013 Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования. М.: Стандартинформ, 2015. – 18 с.
2. Котлер, Ф., Армстронг, Г. (2003). Основы маркетинга, 9-е издание. Пер. с англ. – Москва: Изд. дом «Вильямс».
3. Ресторан Sufra [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sufraekb.ru ,- свободный.
4. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий на продукцию общественного питания [Текст] : сборник технических нормативов / [сост. Ф.Л.Марчук]. - Москва : Изд: Хлебпродинформ, 1996 г.
5. Грант Дж. 12 тем. Маркетинг 21 века. – СПб.: ИД «Коммерсантъ», «Питер». – 2007.

316.776.3

ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ВНЕДРЕНИЕ CRM-СИСТЕМ

ФРОЛОВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА
Магистрант 1 курса
Российский государственный гуманитарный университет

Аннотация: Сегодня в условиях рыночной конкуренции компании вынуждены прибегать к новым методам и стратегиям привлечения внимания к бренду. В статье рассмотрены современные подходы к внедрению программы лояльности на основе изучения своих клиентов и автоматизированных CRM-систем.
Ключевые слова: клиент, коммуникация, программа лояльности, CRM-маркетинг, CRM-система.

LOYALTY PROGRAM: MODERN TRENDS AND IMPLEMENTATION OF CRM-SYSTEMS

Frolova Anastasia Aleksandrovna

Abstract: today, in the conditions of market competition, companies are forced to resort to new methods and strategies to attract attention to the brand. The article deals with modern approaches to the implementation of loyalty programs based on the study of its customers and automated CRM-systems.
Keywords: customer, communication, loyalty program, CRM-marketing, CRM-system.

На сегодняшний день человек испытывает сильную информационную перегрузку от коммуникаций, исходящих из различных компаний. Как следствие – потребители перестают обращать внимание на коммуникации, которые им не интересны. Именно для того, чтобы клиент обращал внимание на предложения, их необходимо делать персональными.

В крупном и малом бизнесе становится достаточно популярным направление CRM-маркетинга (Customer Relationship Management). CRM-маркетинг – это персонализированные коммуникации с клиентами, основанные на аналитике данных о клиентах [1, с. 7].

Конечный продукт CRM-маркетинга – узко персонализированное сообщение, построенное с учетом знания о предыдущих покупках, предпочтениях или активности. Такое сообщение способствует определенным действиям: покупке определенного товара, увеличению объема покупок, повышению знания о новом товаре. В сообщение может быть заложен мотивирующий механизм в виде бонусных инструментов: скидок, купонов, бонусных баллов. Бонусные инструменты могут носить более системный характер, превращаясь в накопительную бонусную или скидочную программу. Такая предельная персонализация подхода позволяет с максимальной эффективностью получить требуемый отклик от целевой аудитории.

В этой области CRM-маркетинг пересекается с программой лояльности для клиентов. Программа лояльности – это «комплекс маркетинговых мероприятий для развития повторных продаж существующим клиентам в будущем, продажи им дополнительных товаров и услуг, продвижения корпоративных идей и ценностей, других видов потенциально прибыльного поведения» [3].

Компания «Bond Brand Loyalty» опубликовала исследование «The Loyalty Report», в котором приняли участие 50 000 потребителей из Европы, Северной и Южной Америки. Ответы респондентов распределились следующим образом [4]:

– 71% участников опроса считают программы лояльности важной частью своего общения с брендами. Участники увеличивают расходы на бренд, чтобы получить больше преимуществ по его программе лояльности;

– 20% покупателей, участвующих в программах лояльности, получают помощь от бренда в стремлении оптимизировать свое участие в программе лояльности;

– 19% участников программы лояльности отмечают внимание и признательность со стороны представителей бренда.

Отношение российских потребителей к программам лояльности в целом схоже: в них с радостью участвуют, но уровень удовлетворенности остается низким. По данным исследования «Consumer Activity Report 2018», проведенного агентством CRM-маркетинга «Out of Cloud» в крупнейших российских городах [2]:

– 61% – участвуют в программах лояльности каких-либо компаний;

– 20% – удовлетворены качеством исполнения программы лояльности;

– 15% –удовлетворены удобством использования программы лояльности;

– 10% – считают программы лояльности полезными;

Анализируя ответы участников данных опросов, можно выделить следующие тренды:

1. Люди готовы платить за участие в программе лояльности. Однако покупателей уже не удивить программами лояльности с накоплением бонусов до следующих покупок. Когда такие предложения есть у подавляющего большинства брендов, это перестает быть преимуществом, и покупатели начинают выбирать по качеству сервиса. На этом фоне предложение купить особый статус приобретает популярность. Примером может служить «Amazon Prime» – платная программа крупнейшего мирового онлайн-ритейлера, в рамках которой клиенты получают множество действительно привлекательных опций: бесплатную доставку, ранний доступ к разделу «Распродажа дня» с огромными скидками, бесплатные образцы товаров, свободный доступ к электронным книгам и фильмам из базы «Amazon» [2].

2. Людям нужно больше каналов коммуникации. Современная программа лояльности должна быть не только выгодной, но и удобной. Предпочтения отдаются наиболее гибким и интерактивным каналам – мессенджерам, преимущества которых заключаются в простоте использования и высокой степени интерактивности. Также популярным остается общение с компанией посредством классического канала – электронной почты, так как она способна хранить структурированную информацию.

3. Лояльность интегрируется с клиентским опытом. Более высокий уровень сервиса и приоритетное обслуживание выходят на первый план. Здесь употребимо такое понятие, как клиентский опыт, который заключается в получении новых впечатлений от общения с компанией. Примером может служить карта приоритетного обслуживания банка, которая дает возможность несколько раз в месяц вызвать такси бизнес-класса. Никаких скидок она не предполагает, наоборот, клиенту нужно платить больше, но взамен он получает нестандартные бонусы и более высокий уровень сервиса, новое качество жизни [1, с. 31].

Для того, чтобы выявить потребность клиента в определённых товарах или услугах, необходимо проанализировать клиентское поведение: анализ покупок клиента, потенциальная заинтересованность в определённых товарах и другое. Для автоматизации данного анализа и управления клиентским поведением используют CRM-системы.

CRM-системы позволяют обрабатывать большие объемы информации, анализируя которые можно спланировать определенную маркетинговую стратегию. Постепенно компаниям приходит понимание, что CRM-система – это инструмент, позволяющий реализовывать новый подход в отношениях с клиентами, собирать уникальные сведения [1, с. 8].

Компания «Windsor Cicle» проанализировала маркетинговые отчеты, полученные в 2016 г., и поделилась основными тенденциями и открытиями в области формирования лояльности клиентов. Главной особенностью является осознание того, что удерживать клиентов выгоднее, чем привлечение новых. На рис. 1 показан уровень удержания клиентов с помощью CRM [5].

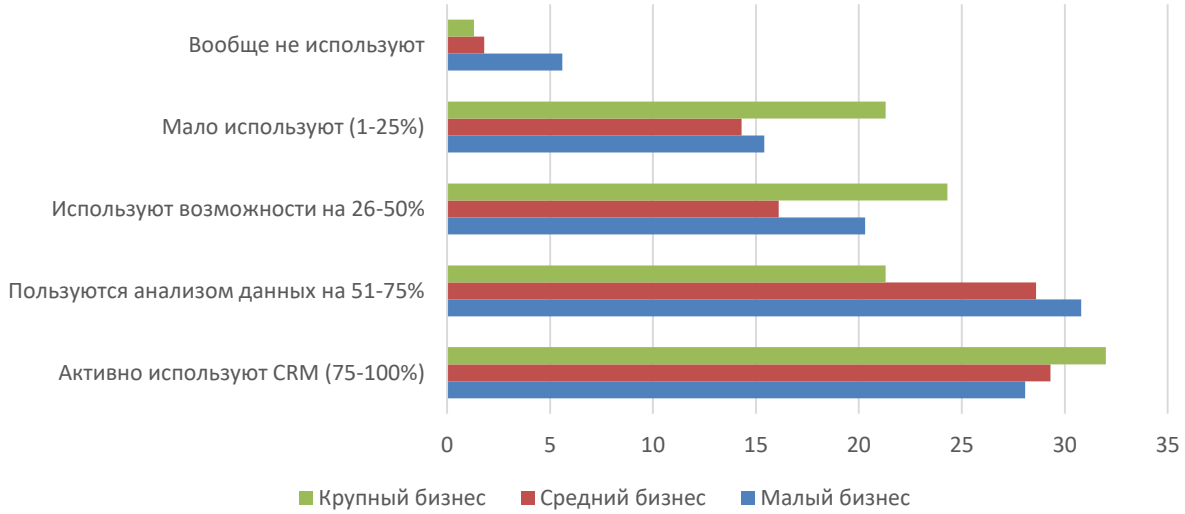


Рис. 1. Удержание клиентов с помощью CRM

Стоит обратить внимание, что происходит интеграция CRM-систем с приложениями для мобильных устройств. Большинство людей, прежде чем сделать покупку, изучают информацию о продукте/услуге в своих смартфонах. Создание отдельных привилегий для пользователей мобильных приложений компании – одна из возможных CRM-активностей. Например, удачное развитие программы лояльности начала «Азбука Вкуса». Их приложение позволяет смотреть покупки по категориям, размеры баллов, использовать приложение вместо карты, чтобы демонстрировать на кассе. Это отличный пример понимания своих клиентов, их нужд и желания быть рядом и помогать [2].

Основываясь на данных приведённых исследований, можно сделать вывод, что программы лояльности остаются важным и востребованным инструментом для привлечения аудитории, но старые механики с каждым годом теряют эффективность. Для того, чтобы понять, какие преимущества нужны клиентам и посредством каких каналов они хотят коммуницировать с компанией, необходимо собирать и анализировать информацию о клиентах. Важно понимать, что новый нестандартный опыт и приоритетное обслуживание ценятся больше, чем прямая экономическая выгода.

Список литературы

1. Александров В. CRM-маркетинг в ритейле: метрики, тренды, опыт российских компаний, кейсы/ В. Александров. М.: Out of Cloud, 2018, с. 47.
2. Официальный сайт агентства CRM-маркетинга «Out of Cloud». Режим доступа: https://outofcloud.ru/
3. Программа лояльности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Программа_лояльности
4. Я. Хацевич Принципы эффективной программы лояльности. – Режим доступа: https://outofcloud.ru/blog/2016/07/22/principy-effektivnoj-programmyloyalnosti/
5. 2016 Retention marketing report [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://images.internetretailer.com/IR/Collections/061716_WindsorCircle_RetentionMarketingReport.pdf

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 336.77

УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМИ РИСКАМИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА

ШАДСКАЯ ИРИНА ГЕННАДЬЕВНА,
к.э.н., доцент
ЮСУПОВ ДАМИР МАРАТОВИЧ
Студент
ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет»

Аннотация: Технология управления кредитными рисками предполагает периодический пересмотр рейтинга заемщика относительно его обязательств по объемам и срокам. Это дает возможность банку оперативно корректировать свою позицию по отношению к конкретному заемщику. Оперативность данной работы также может быть повышена за счет использования интернет-ресурсов, которые позволяют независимо оценить платежеспособность заемщика исходя из других источников.
Ключевые слова: банк, кредит, риск, управление, интернет.

CREDIT RISK MANAGEMENT USING INTERNET BANKING

Shadskaya Irina Gennadievna,
Yusupov Damir Maratovich

Annotation: The technology of credit risk management involves periodic review of the rating of the borrower with respect to its obligations in terms of volumes and terms. This allows the Bank to quickly adjust its position in relation to a particular borrower. The efficiency of this work can also be increased through the use of Internet resources that allow you to independently assess the solvency of the borrower from other sources.
Keywords: bank, credit, risk, management, Internet.

В любом варианте электронного банкинга, чтобы исключить факторы повышения уровней банковских рисков и неконтролируемые смещения их профилей из-за влияния на банковскую деятельность особенностей виртуального киберпространства, которое служит средой взаимодействия кредитных организаций со своими клиентами и контрагентами, в кредитных организациях целесообразно адекватно модифицировать подходы к управлению этими рисками. Это означает учет прежде всего невозможности непосредственного контроля человеком процессов, происходящих в любой компьютеризованной среде (включая телекоммуникационные системы), и отсутствия разработанного законодательства, которое регламентировало бы предоставление финансовых услуг в электронной форме, т.е. основных принципиальных проблем УБР, сопутствующих эксплуатации систем ДБО.

Суть предлагаемого подхода к данной проблеме заключается в попытках качественного оценивания, точнее сказать, описания степени или «серьезности» возможного финансового ущерба, который может быть нанесен коммерческому банку. При этом вводятся от трех до пяти градаций степени или уровня оцениваемого риска. Ниже приведена таблица определений уровней агрегированного риска, устанавливаемых в указанных источниках по двум «осям координат» — оценок уровней типичных банковских рисков и качества управления этими рисками (рис. 1).

Качество управления риском	Уровень риска		
	Низкий	Средний	Высокий
Низкое	«Умеренный»	«Высокий»	«Высший»
Удовлетво-рительное	«Низкий»	«Умеренный»	«Высокий»
Высокое	«Низший»	«Низкий»	«Умеренный»

Рис. 1. Оценки уровня агрегированного риска

Для выбора подходящей оценки используются совокупности экспертных заключений по «параметрам» деятельности руководства кредитной организации по разным бизнес-направлениям, от которых зависят и состав множества источников, и влияние компонентов типичных банковских рисков.

Основным риском банка является кредитный риск. Увеличение объема кредитного портфеля и снижение размера резерва под обесценение кредитов свидетельствует о взвешенной политике банков в области оценки заемщика и регулировании абсолютной и относительной величины (общий размер и доля в кредитном портфеле) сомнительных и безнадежных кредитов. То есть банк получает возможность отвлекать меньшие средства для покрытия возможных потерь от невозврата и невыполнения кредитных обязательств клиента, что увеличивает финансовые возможности банка и свободу маневра оборотного капитала банка.

Ведение банковского бизнеса сталкивается в глобальном масштабе со следующими группами рисков:

1. Кредитный риск (основной для банков) – риск невозврата и неоплаты кредита ведет к наибольшим потерям в банковском бизнесе.
2. Процентный риск - связан с просчетами в банковском маркетинге, недооценкой размера процентов по привлеченным средствам в соотношении с потребностью в кредитных ресурсах и, соответственно, с процентной ставкой по привлеченным средствам.
3. Операционный риск – возникает, как правило, вследствие субъективных факторов (ошибки операциониста или самого клиента) или вследствие сбоев в АБС.
4. Инвестиционный риск – как правило, связан с инвестиционной деятельностью банков и просчетами в инвестиционной политике, возникает в случаях, когда объемы и потребности в «коротких» деньгах вступают в противоречие с «длинными» деньгами банка.

Кроме того банки сталкиваются с другими видами рисков, связанными с развитием финансового рынка, в частности, с курсовыми рисками (недооценкой динамики рыночной стоимости финансовых активов); валютными рисками (связанными с непредсказуемостью движения валютных курсов). Естественно, банки сталкиваются с другими видами рисков, которые, однако, носят случайный непредсказуемый характер.

В силу этого разработка механизма предотвращения рисков приобретает особую актуальность в банковской деятельности. Возможности компьютерной техники и информационных технологий позволяют ускорить предвидение возникновения и природы опасности финансовых потерь, а также своевременно отреагировать на их появление. Поэтому необходимо реализовать комплекс мероприятий по предотвращению и противодействию возникающим рискам банковской деятельности.

Управление кредитным портфелем требует правильной и оперативной раскладки выданных кредитов по классам ответственности заемщика. Правильное управление кредитным портфелем предполагает постоянный переход кредитов в более надежный класс, на что должна быть направлена деятельность кредитного отдела. Современные информационные компьютерные технологии позволяют не только обеспечить интерактивное общение кредитора с заемщиком, но и относительно объективно оценить платежеспособность заемщика. В продолжение к этому постоянный контакт с клиентом дает банку возможность не только пассивно напоминать о необходимости погашения и оплаты задолженности, но и взаимодействовать с партнерами заемщика банка, воздействуя на его предпринимательскую репутацию. Это, в свою очередь, заставляет заемщика более внимательно относиться к своим заемным обязательствам. В данном плане банк через систему интернет-банка может постоянно напоминать заемщику о его обязательствах, предупреждая о возможности размещения данной информации в БКИ.

Технология управления кредитными рисками предполагает периодический пересмотр рейтинга заемщика относительно его обязательств по объемам и срокам. Это дает возможность банку оперативно корректировать свою позицию по отношению к конкретному заемщику. Оперативность данной работы также может быть повышена за счет использования интернет-ресурсов, которые позволяют независимо оценить платежеспособность заемщика исходя из других источников.

Обоснованность подобного подхода в частности подтверждается рекомендациями ЦБ РФ о присвоении рейтинга заемщика. Исходя из вышесказанного, банки имеют возможность устанавливать и оперативно корректировать значимость своих клиентов в качестве заемщиков. Формирование общей информационной системы в интернете позволяет блокировать кредитные возможности своих заемщиков в случае невыполнении ими своих обязательств. Тем самым интернет-банкинг переносится из сферы взаимодействия банка с клиентом в сферу взаимодействия банковской системы со всеми потенциальными клиентами.

Использование интернет-банка ориентировано на то, что как минимум 5% выданных кредитов будут переходить в более высокую категорию надежности заемщика, что приведет к оздоровлению и повышению качества кредитного портфеля.

Вновь выдаваемые кредиты будут ориентироваться на более высокий рейтинг заемщика за счет использования все того же интернет-банка. Это позволит относить вновь выдаваемые кредиты к высоким категориям надежности заемщика.

Основная банковская деятельность – кредитование – опирается на возможность получения кредитных ресурсов, основным источником которых являются все те же клиенты банка – вкладчики и держатели счета. Нередко банки обуславливают возможность получения кредита открытием депозитных счетов (то есть банк выдает кредит клиенту за счет его же средств). Кредитная политика является продолжением депозитной политики банка. И в этом случае, современные информационные технологии позволяют контролировать и активизировать привлечение депозитных ресурсов банка за счет различных акций, мероприятий, общих правил. Открытие интернет-банка для клиента облегчает для него возможность выбора условий депозитного вклада, а иногда и их улучшение. Таким образом, выгоду приобретает как банк, приобретая больший доступ к клиентуре, расширяя свой депозитный рынок, так и клиент, получая свободу выбора не только банка, но и его депозитных предложений. В этом случае цель любого банка состоит в наибольшей диверсификации своего депозитного предложения и персонификации отношений с клиентом.

Возможности интернет-банкинга позволяют формулировать публичное предложение банка и, тем самым, усиливать, его конкурентные позиции на депозитном рынке. Более того, в борьбе за вкладчиков банки могут варьировать предложения по вкладам в зависимости от размеров и сроков. Это еще больше увеличивает возможности получения дополнительных банковских ресурсов. Хотя возникают и некоторые опасности соблюдения договорных обязательств в зависимости от складывающейся конъюнктуры финансового рынка (в качестве примера можно привести ипотечный кризис США 2007-2009 годов, приведший крупнейшего инвестиционного банка мира Lemannbrothers).

Постоянным и VIP-клиентам банк может открывать контокоррентные счета, на которых одновременно учитываются кредитование, расчеты, платежи, поступления, что, естественно, привлечет допол-

нительных клиентов-физических лиц. Интернет-банк позволяет передавать информацию об операциях держателям счетов и выполнять их распоряжения в режиме реального времени.

Внедрение интернет-банка в банках и сопряженное с ним увеличение оборотов как по кредитам, так и по депозитам, приведет к повышению показателей финансово-экономической деятельности.

Список литературы

1. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 18.12.2018) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798 (дата обращения: 03.01.2019).
2. Письмо ЦБ РФ от 7 декабря 2007 г. N 197-Т «О рисках при дистанционном банковском обслуживании» // Вестник Банка России. - 2007. - №68.
3. Здунова О.С., Здунов В.И., Лясковская Е.А. Преимущества и недостатки системы дистанционного банковского обслуживания // Управление инвестициями и инновациями. 2017. № 4. С. 32-39.
4. Жилкин И., Гамза В., Ткачук И. Безопасность банковской деятельности. – М.: Юрайт, 2018. – 432 с.
5. Лаврушин О., Астафьева О. Банковское дело. Современная система кредитования. – М.: КноРус, 2016. – 360 с.
6. Кривушин И. Искусственный интеллект: какой основной функционал нужен онлайн-банкингу URL: http:// www.plusworld.ru/professionals/390605-2 (дата обращения: 03.01.2019).

© И.Г. Шадская, Д.М. Юсупов, 2019

УДК 336.71

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В СИСТЕМЕ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА

ШАДСКАЯ ИРИНА ГЕННАДЬЕВНА,
к.э.н., доцент
ЮСУПОВ ДАМИР МАРАТОВИЧ
Студент
ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет»

Аннотация: В рамках дистанционного банковского обслуживания (ДБО) банки предлагают разнообразные каналы ДБО. Схожим во всем разнообразии каналов ДБО также является то, что риски, которые несет банк, остаются неизменными, несмотря на канал предоставления услуг. Современное состояние банковской и информационной систем диктует необходимость комплексной оценки существенных видов банковских рисков, в том числе в системе интернет-банкинга, регулярной модернизации моделей управления отдельными видами риска, применения систем лимитов и ограничений, своевременной актуализации внутренних документов и др. Это позволяют банку, сохранив разумные уровни риска, значительно активизировать деятельность во всех ключевых сегментах бизнеса.
Ключевые слова: банк, риск, управление, интернет.

PROBLEMS OF RISK MANAGEMENT IN INTERNET BANKING

Shadskaya Irina Gennadievna,
Yusupov Damir Maratovich

Annotation: As part of the remote banking service (RBS) banks offer a variety of channels of RBS. Similar in all the variety of channels of DBO is also the fact that the risks borne by the Bank remain unchanged, despite the channel of services. The current state of banking and information systems dictates the need for a comprehensive assessment of significant types of banking risks, including the Internet banking system, regular modernization of management models of certain types of risk, the use of limits and restrictions, timely updating of internal documents, etc. This allows the Bank, while maintaining reasonable levels of risk, to significantly intensify its activities in all key business segments.
Keywords: bank, risk, management, Internet.

К числу банковских рисков, связанных с применением систем интернет-банкинга, относятся: операционный, правовой, стратегический риски, риск потери деловой репутации (репутационный риск) и риск ликвидности. Необходимо отметить, что в общем случае в состав банковских рисков, которые подлежат учету и анализу кредитными организациями, применяющими интернет-банкинг, могут входить и другие риски. Например, в материалах Управления контролера денежного обращения США анализируются причины возникновения при ДБО в форме интернет-банкинга также кредитного, ценового, процентного и валютного рисков. На самом деле состав анализируемых банковских рисков и учитываемых их компонентов зависит от разрешительной политики органов банковского регулирования и надзора конкретных стран в части банковских операций и сделок, выполнение которых допускается дистанционно, и определяется локальным банковским законодательством.

По мере развития систем ДБО остро ощущается необходимость анализа всех рисков, рассматриваемых в банковском деле, относительно их проявления и воздействия в системах ДБО. В ходе дальнейшей реализации процессов *дистанционных платежей* ожидается ряд проблем, связанных с обеспечением безопасности и защиты информации.

По мнению специалистов, сейчас можно говорить о том, что применение некоторых традиционных подходов к обеспечению **безопасности** при удаленных платежах не достигает нужных результатов. Например, это касается систем интернет-банкинга, число злоупотреблений в которых растет. Происходит это потому, что в системах **интернет-банкинга** инциденты происходят не на том уровне, на котором обеспечивается защита, т.е. атаки злоумышленников идут не на криптографию, а на ключ или процедуру, обеспечивающую функционирование этой криптографии.

Важнейшую роль в обеспечении **безопасности** *дистанционных платежей* играет организация процесса удаленного обслуживания, чем она слабее – тем выше риски нарушения безопасности. Специалисты в области обеспечения безопасности считают, что в банковском бизнесе в связи с высоким уровнем организации процессов, наличием жесткого контроля со стороны регулятора банковской деятельности Центрального банка уровень безопасности гораздо выше, чем в небанковской организации. Поэтому, можно предполагать, что возможное привлечение других субъектов рынка к дистанционному совершению платежей приведет к увеличению проблем, связанных с обеспечением **безопасности** и **защиты информации** при расчетах, выполняемых удаленным способом.

Опыт работ по обеспечению безопасности систем дистанционного обслуживания показывает, что устойчивое состояние системы, при котором отражаются все возможные атаки злоумышленников, реализовать очень тяжело. Выходом может являться выработка дополнительных и действенных требований по обеспечению **безопасности** дистанционных расчетов и правильная реализация этих требований. В настоящее время Центральный банк Российской Федерации и мировое банковское сообщество в целом предпринимают большие усилия, чтобы минимизировать проблемы, связанные недостаточным обеспечением безопасности при функционировании сервисов дистанционного обслуживания.

Очень сложной проблемой в процессе дистанционного обслуживания является регулирование большого количества пользователей-клиентов банка. Действия, которые должен предпринимать клиент для обеспечения достаточного уровня безопасности при совершении платежей с использованием удаленных сервисов, банк может только зафиксировать в соответствующем договоре, заставить и контролировать клиента в вопросах соблюдения нужных требований банк не имеет возможности. Поэтому возникает необходимость поиска механизмов воздействия на каждого пользователя дистанционных услуг, привлечения его внимания к вопросам соблюдения **безопасности**, а также соответствующего обучения пользователей.

Центробанк РФ уделяет пристальное внимание вопросам обеспечения безопасности *дистанционного банковского обслуживания*, создан технический комитет, в рамках которого разворачивается деятельность по выработке рекомендаций по обеспечению **безопасности** при осуществлении мобильных платежей. Помимо важности выработки необходимых стандартов в этой сфере, необходимо добиться также, чтобы рекомендованные стандарты выполнялись на практике. Несмотря на то, что некоторые стандарты Банка России в области обеспечения информационной безопасности носят рекомендательный характер, кредитные организации в большинстве своем сами заинтересованы в применении выработанных рекомендаций. Специалисты отмечают, что в настоящее время около пятисот коммерческих банков России ведут работы по внедрению установленных Банком России рекомендательных стандартов в области информационной **безопасности**.

Для того, чтобы эффективно противостоять действиям мошенников при использовании дистанционных сервисов, необходимо не только иметь систему безопасности, но еще и настроить эту систему на возможные атаки злоумышленников. Необходимо учитывать, что различные уязвимости системы приводят к разным последствиям. Крайне важно проводить работы по максимальному выявлению уязвимостей систем *дистанционного обслуживания* и максимальным образом противодействовать нарушению безопасного функционирования этих систем. Таким образом, при внедрении систем **мобильных платежей** необходимо прорабатывать вопросы создание системы безопасности и поддержания

этой системы на нужном уровне. Это сложный и длинный путь, который требует системного подхода, но только благодаря этому можно добиться хороших результатов.

Одновременно с оценкой рисков необходимо учитывать и информационную безопасность системы ДБО. Любой проект повышения безопасности дистанционного банковского обслуживания уникален. У каждого банка свои клиенты и своя тарифная политика, своя система ДБО и свои используемые средства защиты информации, свои внутренние бизнес-процессы и свое отношение к услугам дистанционного банкинга. Все это накладывает на систему ДБО отпечаток индивидуальности, придающий услугам неповторимые особенности.

В то же время общая схема проектов по повышению уровня защищенности систем ДБО выглядит одинаково для каждого банка и имеет следующий вид (рис. 1).

Рис. 1. Схема проекта по повышению информационной безопасности

Финансово-экономическое обоснование проекта повышения защищенности ДБО обычно связывают с анализом возможных финансовых потерь банка, возникающих в связи с хищениями средств со счетов клиентов. Как оценить эти потери? С некоторой долей упрощения их можно представить как совокупность трех составляющих:

• Прямые потери клиентов. По статистике, при атаке на одного клиента (юрлицо) обычно похищается от 500 тыс. руб. до 25 млн. руб. При этом в большинстве случаев атаке подвергаются одновременно несколько клиентов банка. Известны случаи, когда клиенты через суд взыскивали с банка похищенные средства. Таким образом, возврат похищенных средств клиента может целиком "лечь на плечи" самого банка.

• Репутационные потери банка. Наиболее продвинутые клиенты, пострадавшие от действий мошенников, публикуют информацию о хищениях на популярных банковских ресурсах (например, www.banki.ru или www.bankir.ru), а также обращаются в прессу и на телевидение, что может спровоцировать формирование негативного имиджа банка и даже отток клиентов.

• Затраченные ресурсы. При анализе возможных потерь необходимо также принимать во внимание расходы, связанные с отвлечением от работы сотрудников IT-департамента и специалистов по информационной безопасности банка. Устранение последствий совершенных атак – это отдельный

фронт работ, приводящий к увеличению расходов.

Кроме того, возможны еще и неочевидные потери банка, не связанные с украденными средствами клиента напрямую. Так, после самого хищения злоумышленниками обычно организуется DDoS-атака на сервис системы ДБО, в результате чего он временно прекращает функционирование. Еще одним аргументом в пользу проекта повышения защищенности ДБО может стать простой анализ ущерба банка при стандартной DDoS-атаке длительностью 8 часов. Ущерб можно оценить как сумму двух величин:

- Недополученная прибыль. Для определения этой величины достаточно знать число клиентов системы ДБО, среднесуточное количество операций в системе и стоимость одной операции. Так, при средних значениях – 5000 клиентов, 20 операций в день и 150 руб. – недополученная прибыль составит 15 млн. руб. в день.
- Расходы на защиту от DDoS-атаки. В среднем расходы на оперативную защиту могут составить от 100 тыс. руб. до 2 млн. руб. Кроме того, если входящий трафик при DDoS-атаке тарифицируется провайдером (его "перерасход" может составить до 100 Гб), то затраты могут увеличиться еще на 1 млн. рублей.

Таким образом, суммируя приведенные расходы, можно оценить возможные косвенные потери банка: от 15,1 до 17млн рублей в день проведения атаки. При этом данная сумма не включает в себя стоимость сервисов сторонних компаний (например, услуг по расследованию инцидентов информационной безопасности), которую обычно не принимают во внимание при оценке величины ущерба.

Анализируя данные цифры, можно прийти к следующему выводу: два-три инцидента хищений могут нанести банку ущерб, сопоставимый с затратами на проект по повышению уровня безопасности системы ДБО.

Успешно реализованный этап финансово-экономического обоснования проекта неизбежно перетекает в стадию анализа угроз конкретной системы ДБО. Несмотря на многообразие существующих систем дистанционного банковского обслуживания, угрозы и схемы атак со стороны интернет-мошенников можно свести к нескольким достаточно стандартным вариантам4:

- Атака на ключ ЭЦП пользователя. Скопировать ключ можно из незащищенного хранилища (flash-накопитель, жесткий диск и т.д.) или оперативной памяти компьютера. Первый вариант используется в подавляющем большинстве (около 70%) случаев хищения денежных средств со счетов клиентов, а второй – достаточно редко (около 5%). В качестве защиты от атак такого типа традиционно используются защищенные ключевые носители, или токены, выполняющие внутри себя операции с закрытым ключом пользователя. Одно лишь это простейшее решение позволит клиентам успешно противостоять большинству атак и не допустить компрометацию закрытого ключа ЭЦП.
- Атака на криптографические возможности токена. Данный вид атак подразумевает удаленное управление компьютером клиента с подключенным токеном. По приблизительным оценкам, такие атаки сейчас составляют около 15% от общего количества инцидентов. Безопасность в данном случае хорошо обеспечивает комбинация средств защиты – ЭЦП документа на базе аппаратных средств (токенов) и подтверждение транзакций или рабочей сессии одноразовым паролем.
- Действия внутреннего злоумышленника на стороне клиента (инсайд). Достаточно распространенное (около 10% случаев) явление. Здесь использование токенов не столько защищает от атаки, сколько упрощает расследование и поиск виновных, ведь воспользоваться ключом может только человек, имеющий физический доступ к нему, а также знающий PIN-код.
- Подмена документа в момент его подписания ЭЦП (или расчета HASH). Это сравнительно новый, дорогой и пока еще очень редкий вид атак. По статистике, он был использован в менее чем 1% случаев хищений. Основным инструментом реализации такой атаки являются специализированные "банковские трояны". На сегодняшний день наиболее эффективным средством противодействия попыткам подмены документа является комплексная защита – использование клиентами токенов в комплекте с антивирусными средствами.

В ходе анализа определяются наиболее актуальные из перечисленных угроз и выбираются технологии обеспечения безопасности с учетом таких факторов, как "портрет клиента" банка, интенсив-

ность его работы, требования к мобильности и т.д. В качестве примера комплексного подхода к выбору технологических решений можно привести следующий спектр устройств для обеспечения безопасности финансовых операций клиентов (рис. 2):

- защита для физических лиц, осуществляющих небольшие платежи, например до 50 тыс. руб., – генераторы одноразовых паролей (так называемые OTP-токены);
- защита операций юридических лиц – предприятий малого бизнеса, а также физических лиц, осуществляющих крупные платежи, – защищенные ключевые носители;
- защита средних и крупных корпоративных клиентов – защищенные ключевые носители в сочетании с генераторами одноразовых паролей;
- защита операций VIP-клиентов – мобильный защищенный доступ к ДБО с помощью замкнутой виртуальной среды, загружаемой со специального носителя.

Рис. 2. «Лестница решений»

Итак, мы получили некую "лестницу решений" – совокупность средств обеспечения безопасности ДБО, зависящих от степени риска клиентов и величины выполняемых ими платежей.

Рассмотренные варианты, конечно же, не являются универсальными. Схема распространения средств защиты должна быть разработана с учетом "портрета" своего клиента. Пользователями системы ДБО могут быть частные лица, представители среднего и малого бизнеса, индивидуальные предприниматели, крупные компании. Для клиентов VIP-уровня возможно предоставление необходимого оборудования бесплатно, а основную массу пользователей возможно заинтересовать удобными и нужными услугами. Неизменным остается только одно – при внимательном подходе к своим клиентам возможно сделать информационную безопасность ДБО не только не затратной, но и прибыльной.

Список литературы

1. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 18.12.2018) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798 (дата обращения: 04.01.2019).

2. Письмо ЦБ РФ от 23 октября 2009 г. N 128-Т «Рекомендации по информационному содержанию и организации WEB-сайтов кредитных организаций в сети интернет» // Российская газета. - 2004. - № 198.

3. Письмо ЦБ РФ от 7 декабря 2007 г. N 197-Т «О рисках при дистанционном банковском обслуживании» // Вестник Банка России. - 2007. - №68.

4. Применение технологий электронного банкинга: риск-ориентированный подход /Л.В. Лямин. – М.: КНОРУС ; ЦИПСиР, 2011. — 336 с.

5. Василько Ф.А., Чернова Е.В. Пути минимизации рисков в интернет-банкинге // Международный студенческий научный вестник. 2016. № 4. URL: http://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=16388 (дата обращения: 03.01.2019).

6. Рокало И.А. Риски интернет-банкинга, особенности управления ими //

Экономика и социум. 2017. №9(40). URL: https://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_40/Rokalo%20I.A..pdf (дата обращения 03.01.2019 г.)

7. Юсупова О.А. Безопасность транзакций при использовании интернет-банкинга // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2016. № 35 С. 26-40. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/bezopasnost-tranzaktsiy-pri-ispolzovanii-internet-bankinga (дата обращения 04.01.2019 г.)

© И.Г. Шадская, Д.М. Юсупов, 2019

УДК 336.717

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РЫНКА ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СВИРИДОВА ДИАНА БОРИСОВНА,
ЮРАКОВА ЗИНАИДА ВАСИЛЬЕВНА
студенты
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

Научный руководитель: Быканова Наталья Игоревна
к.э.н., доцент
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

Аннотация: данная статья посвящена исследованию и рассмотрению рынка платежных карт Российской Федерации, выявлению его проблем и путей их решения. В настоящий момент одной из важнейших задач экономического развития страны является создание национального рынка платежных карт. Статья содержит классификацию и характеристику платежных карт России, анализ кредитных организаций, производящих эмиссию платежных карт, а также количества выданных банковских карт.
Ключевые слова: рынок платежных карт, банковские карты, платежная система, безналичные расчеты, эмиссия платежных карт, кредитные организации, Центральный банк Российской Федерации.

MODERN CONDITION AND PROBLEMS OF THE MARKET OF PAYMENT CARDS OF THE RUSSIAN FEDERATION

Sviridova Diana Borisovna,
Yurakova Zinaida Vasilievna

Abstract: The article is devoted to research and consideration of the market of payment cards of the Russian Federation, the identification of its problems and the ways to solve them. Currently, one of the most important tasks of the country's economic development is the creation of a national payment card market. The article contains the classification and characteristics of payment cards in Russia, the analysis of credit institutions issuing payment cards, as well as the number of issued bank cards.
Keywords: payment card market, bank cards, payment system, non-cash payments, issue of payment cards, credit organizations, Central Bank of the Russian Federation.

В настоящее время наблюдается стремительное развитие мировых платежных систем, и платежная карта стала считаться традиционным инструментом комплексного обслуживания индивидуальных предпринимателей, крупных фирм и простого населения. В сфере торговли и услуг платежная карта занимает особое место, так как с её помощью проводятся большое количество платежей, банковских операций, а также это наиболее удобный способ расчетов между покупателями и продавцами, организациями и их работниками.

Наиболее стремительно развивающийся и расширяющийся рынок — это рынок платежных карт, так как происходит постоянное развитие информационных технологий, предназначенных для обеспечения бесперебойного функционирования и безопасного использования банковских карт. За последние несколько лет своё развитие получили технологии перевода денежных средств с одной банковской карты на другую (со счёта одного банка на счёт другого), технологии бесконтактного платежа (Apple Pay, Google Pay, бесконтактные банковские карты), а также технологические процессы, обеспечивающие совершение любой операции без использования банковской карты, мобильные приложения, позволяющие следить за наличием денежных средств на карте, их расходованием, совершением переводов. Большинство банков с каждым годом стараются оптимизировать свою деятельность, сделать процесс обслуживания карт более удобным для клиентов, а также использовать инновационные технологии в своей деятельности. После введение одним банком новой услуги, другие, дабы не отставать в развитии, разрабатывают и вводят собственную аналогичную услугу, что позволяет населению выбрать подходящий для своих целей банк с наиболее выгодными условиями. [3]

С помощью банковских карт государство может сократить оборот наличных денег для роста количества безналичных операций и удобства проведения платежей между отправителями и получателями [2]. Наряду с национальными платежными системами используются также международные системы расчетов. Большая часть мирового рынка платежных карт находится в ведении компаний Visa и MasterCard. Вследствие произошедших экономических и политических изменений в РФ с 2015 года введена в действие национальная платёжная система для проведения банковских операций международными и российскими картами внутри страны. В данной системе на территории РФ были созданы операционные и расчетно-клиринговые центры, которые проводят все платежные операции. В Российской Федерации внедрена в оборот национальная платежная система «Мир».

Положение Центрального Банка Российской Федерации от 24.12.2004 №266-П «Об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием» регулирует состояние рынка платежных карт. В соответствии с данным положением в Российской Федерации производится эмиссия расчетных (дебетовых), кредитных и предоплаченных карт. [1] Классификация основных видов платежных карт представлена в таблице 1.

Таблица 1

Основные виды платежных карт в Российской Федерации

Вид платежной карты	Характеристика
Расчетная (дебетовая) карта	Операции совершаются в пределах средств, имеющихся на лицевом счете держателя карты. Предназначена для замены бумажных денег. Имеет меньшую цену обслуживания.
Карта с разрешенным овердрафтом	Это дебетовая карта, по которой операции могут проводиться за счет собственных средств держателя карты, которые находятся на его расчётном счёте, а также за счет привлечённых средств (кредитов). Превышение средств осуществляется за счет кредита, который автоматически открывается на карте, когда сумма совершаемой операции превышает лимит.
Кредитная карта	Держатель карты может совершать операции за счет заёмных средств, предоставляемых кредитной организацией. Процент ниже, чем по картам с разрешенным овердрафтом, но выше, чем по обычным кредитам. Карта имеет определенный срок, в течение которого не начисляются проценты за использование кредитных средств.
Предоплаченная карта	Операции по карте совершаются банком-эмитентом. Она предназначена для оплаты товаров, услуг в рамках денежной суммы, заблаговременно внесенной на карту. Подарочная карта – это разновидность предоплаченной карты.
Виртуальная карта	Предназначена для проведения операций через сеть Интернет (покупки на вебсайтах, специальных приложениях). Виртуальная карта является видом предоплаченной карты, которая не имеет материального носителя и является электронным платежным средством.

Данные о количестве кредитных организаций, осуществляющих эмиссию платежных карт представлены на рис. 1, из которой видно, что число данный организаций сокращается. Это связано с общей тенденцией сокращения кредитных организаций в РФ. [4, стр. 57]

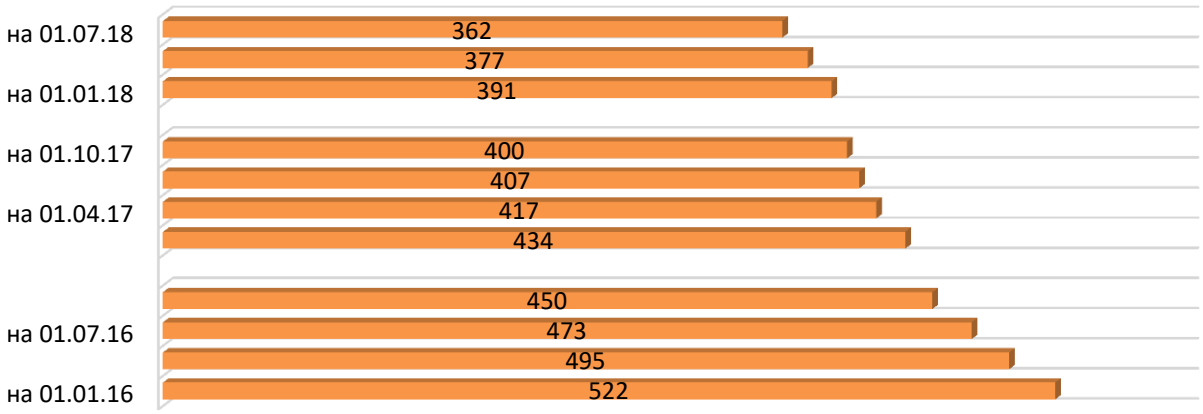


Рис. 1. Количество кредитных организаций, осуществляющих эмиссию платежных карт в 2016-2018 гг, ед.

В результате политики Центрального банка РФ, направленной на сокращение количества оперирующих на рынке банков (отзыв лицензий), общее количество кредитных организаций, осуществляющих эмиссию платежных карт, сокращается. Так, за 2 года (с 01.01.2016 по 01.01.2018) число банков, работающих с платежными картами в РФ, сократилось на 131 единицу.

Рассмотрим динамику количества платежных карт, эмитированных кредитными организациями за 2016-2018гг, исходя из данных статистической отчетности Центрального банка Российской Федерации, представленных в табл. 2.

Таблица 2

Количество платежных карт, эмитированных кредитными организациями в 2016-2018гг, тыс. ед.

	Всего банковских карт	в том числе:		
		расчетные карты	из них:	кредитные карты
			расчетные карты с «овердрафтом»	
2016 год				
на 01.01.16	243 907	214 443	37 621	29 464
на 01.04.16	242 464	212 113	34 482	30 351
на 01.07.16	248 951	218 877	34 156	30 074
на 01.10.16	250 957	221 346	35 502	29 611
2017 год				
на 01.01.17	254 737	224 592	34 230	30 144
на 01.04.17	253 509	223 713	-	29 796
на 01.07.17	259 676	229 190	-	30 486
на 01.10.17	267 219	235 956	-	31 263
2018 год				
на 01.01.18	271 711	239 556	-	32 155
на 01.04.18	267 036	234 546	-	32 491
на 01.07.18	268 556	235 406	-	33 150

Исходя из данных таблицы 2 можно сделать вывод о стабильном росте объема выпуска банковских карт. В период с 01.01.16 по 01.01.18 их количество увеличилось на 27 804 тыс. ед. Это связано с активным продвижением банками своих платежных карт посредством введения кэшбэка, периодического увеличения его процентов, созданием бонусных программ для клиентов, позволяющих использовать накопленные баллы. Также рост эмиссии банковских карт связан с полностью бесплатным обслуживанием или бесплатным обслуживанием при выполнении определенных условий банка. Данные методы позволяют привлечь новых клиентов и удержать старых, а последним в свою очередь предоставляется возможность хранить и использовать свои накопления без иных доплат. Из общего количества эмитированных банковских карт с 01.01.16 по 01.01.18 объем эмиссии расчетных (дебетовых) карт составляет 25 113 тыс. ед. или 90,3%. На кредитные карты приходится 2 691 тыс. ед. или 9,7% эмиссии. Увеличению количества эмиссии кредитных карт способствует возможность удаленного получения карты, для многих карт не требуется подтверждение платежеспособности, определен льготный период оплаты процентов по кредиту, доступный дневной лимит, программы лояльности.

В Российской Федерации отмечено четкое увеличение объёмов выпуска банковских карт (рис. 2). В силу данного факта происходит рост числа привлеченного населения в связи с удобством использования и мобильности платежных карт, а также из-за гарантии безопасности хранения собственных средств на расчетном счете банка-эмитента. Также есть возможность использования этих денежных средств, а также неограниченного времени их использования.

Рис. 2. Структура банковских карт, эмитированных кредитными организациями по состоянию на 01.07.2018, %

Исходя из данных, представленных на рисунке, можно сделать следующий вывод: в настоящий момент времени одним из самых перспективных и быстро развивающихся частей банковского сектора остаётся рынок пластиковых карт. На российском рынке платежных карт прослеживается тенденция использования в большей степени расчетных (дебетовых) карт, а не кредитных. Это связано с тем, что на классических дебетовых картах большое количество клиентов банков хранят свои денежные средства, также данный вид карт широко используются для оплаты товаров, покупок в сети Интернет, денежных переводах. Кредитные карты пользуются меньшим спросом в связи с тем, что население стремится не прибегать к заемным средствам, а пользоваться своими накоплениями. Также влияет уровень процентной ставки по кредитной карте, так как она более высокая, по сравнению с потребительскими кредитами.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что платежные карты пользуются огромным спросом среди населения РФ в связи с тем, что они имеют такие преимущества, как:

1. Удобство банковской карты (нет нужды носить с собой крупные суммы наличных денег, так как держать их на карте комфортнее и безопаснее);

2. Процесс ускоренных переводов с карты на карту, а также мгновенное поступление платежей на счета;

3. Быстрый способ получения заработной платы, что наиболее удобно и для держателя карты, а также для работодателя.

Несмотря на положительные тенденции в развитии рынка платежных карт РФ, он имеет ряд проблем, которые связаны в основном с поздним развитием собственных ресурсов, обеспечивающих функционирование национальной платежной системы. Наиболее важной задачей считается обеспечение безопасности использования платежных карт и совершаемых операций, защиты персональных данных клиентов и их счетов от нелегального снятия средств. От безопасности банковской карты зависит не только лояльность клиента, но и доходность карточного бизнеса (снижение рисков и убытков). В связи с этим важной функцией банковской карты является идентификация ее держателя при осуществлении им безналичных расчетов. [3]

Для разрешения данной проблемы, а также обеспечения охраны данных коммерческими банками используются следующие способы:

1. Технология прямого подключения через устройства возле касс без передачи своей карты в другие руки (позволяет провести операцию самостоятельно);
2. Технология бесконтактной оплаты при помощи телефона или самой карты;
3. Защита пользователя с помощью его биометрических данных (например, отпечаток пальца);
4. Двойная защита данных (через пароль и СМС на номер телефона, привязанный к карте).

С помощью данных тщательных способов защиты персональных данных клиента, а также его денежных средств, банки повышают к себе доверие. Это способствует притоку новых клиентов, активов и возможностей для развития банка. Также развитие единой национальной платежной системы и выпуск карт «Мир» способствует независимости от мировых платежных систем, позволяет проводить все операции по картам на территории РФ. Таким образом, этот способ является наиболее безопасным, так как не происходит отток данных о клиентах за границу, их денежные средства хранятся и остаются при расчетах на территории страны.

Список литературы

1. Федеральный закон от 27.06.2011 N 161-ФЗ «О национальной платежной системе» [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115625/

2. Положение об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием от 24.12.2004 N 266-П [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52513/

3. Статистика национальной платежной системы Центрального банка Российской Федерации [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.cbr.ru/statistics/?PrtId=psrf

4. Фролов, А. Л. Российский рынок платежных карт: проблемы и перспективы / А. Л. Фролов. – 2016, с. 310.

© Свиридова Д.Б., Юракова З.В., 2019

УДК 336.7

РЕГУЛИРОВАНИЕ КАРТОЧНЫХ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ В РОССИИ

МУХАНОВА ИРИНА НИКОЛАЕВНА

магистрант

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Аннотация: В статье рассмотрены правовые и организационные аспекты регулирования карточных платежных систем в России. Исследованы основные характеристики карточных платежных систем по уровню значимости, рассмотрены основные участники, а также схемы осуществления транзакции и процесса клиринга и расчетов. Определены основные изменения в регулировании карточных платежных систем, связанные с созданием российской национальной системы платежных карт.

Ключевые слова: карточные платежные системы, государственное регулирование, критерии значимости, национальная система платежных карт, реестр операторов, участники и транзакции, карта «Мир»

REGULATION OF CARD PAYMENT SYSTEMS IN RUSSIA

Mukhanova Irina Nikolaevna

Abstract: The article discusses the legal and organizational aspects of the regulation of card payment systems in Russia. The author investigated the main characteristics of card payment systems by level of importance, considered the main participants, as well as schemes for the implementation of the transaction and the clearing and settlement process. The author identified the main changes in the regulation of card payment systems associated with the creation of the Russian national payment card system.

Key words: card payment systems, state regulation, criteria of significance, national payment card system, register of operators, participants and transactions, card 'Mir'.

В современную банковскую платежную систему (ПС) обязательно входит сегмент банковских платежных карт с широким спектром дистанционных услуг. Карточная платежная система (КПС) банков, как институционально-технологическое образование, функционирует по законодательно установленным нормам и правилам и обеспечивает выполнение операций по переводу и снятию денежных средств, пополнению карточного счета. Процессы развития безналичных платежных систем (ПС), в том числе и карточных, являются предметом постоянного внимания экономического научного и делового сообщества. С этих позиций тема исследования является достаточно актуальной.

В рамках настоящей работы под КПС понимается совокупность регулирующих актов, положений и правил, технической и технологической инфраструктуры, организационных процедур, обеспечивающих перевод денежных средств от одного субъекта экономики другому с помощью банковских карт.

Современные КПС по страновому платежному пространству можно подразделить на международные, национальные и локальные. Международные КПС – это системы, функционирующие в международной экономике. Они имеют в своей основе единую технологию для осуществления расчетов в режиме реального времени. К таким системам относятся: Visa, MasterCard, American Express, JCB. Национальные КПС – это системы в рамках национальных экономик, которые могут со временем стать международными. К таким системам относятся: China UnionPay, RuPay, Белкарт. Локальные КПС

– это системы, функционирующие либо в системе одного эмитента, либо в системе определенного функционального назначения. Функционирование таких систем территориально ограничено. К таким системам относятся: МультиКарта, Юнион Кард, Золотая корона.

В России среди наиболее широко используемых международных КПС следует назвать Виза и «МастерКард». Среди локальных ПС наибольшее применение нашла «Золотая корона».

Государственное регулирование КПС в России осуществляется на основании следующих федеральных законов: О Центральном банке Российской Федерации [1], О банках и банковской деятельности [2], О национальной платежной системе [3]. Стабильность и развитие национальной ПС обеспечивается Банком России [1], который принимает стратегию развития национальной ПС (ст. 82.1), устанавливает правила, формы и стандарты безналичных расчетов (ст. 82.3).

В законодательстве сформулировано следующее понятие ПС: «Платежная система - совокупность организаций, взаимодействующих по правилам платежной системы в целях осуществления перевода денежных средств, включающая оператора ПС, операторов услуг платежной инфраструктуры и участников ПС, из которых как минимум три организации являются операторами по переводу денежных средств» [3]. Признак системности определен в такой формулировке как совокупность организаций-участников. Отметим, что само понятие «карточной платежной системы» в правовом поле не выделено.

В законе, в рамках определения электронного средства платежа и перечисления их видов, называется и банковская платежная карта: «электронное средство платежа – средство и (или) способ, позволяющие клиенту оператора по переводу денежных средств составлять, удостоверять и передавать распоряжения в целях осуществления перевода денежных средств в рамках применяемых форм безналичных расчетов с использованием информационно-коммуникационных технологий, электронных носителей информации, в том числе платежных карт, а также иных технических устройств» [3]. Требования, установленные для электронных средств платежа (ст. 7,9,10,12,13) могут быть отнесены и КПС.

Основным отличием КПС является то, что она специализируется на обслуживании исключительно одного платежного инструмента – индивидуальной карты клиента при выполнении всех функций, присущих целостным (традиционным) ПС.

Платежная система в России, а значит и КПС, может быть признана Банком России системно значимой, социально значимой, либо национально значимой по определенным критериям [3]. Чтобы ПС была признана Банком России системно или социально значимой ей необходимо соответствие одному из установленных Банком критериев, национально значимой – каждому критерию (таблица 1).

В 2014 году закон о национальной платежной системе был дополнен главой 4.1 «Национальная система платежных карт» [3]. В июле 2014 года было создано АО «Национальная система платежных карт» (НСПК), основной задачей которого была обработка внутрироссийских транзакций международных платежных систем «МастерКард» и Виза через расчетные и клиринговые центры НСПК. С 2015 года все внутрироссийские операции (переводы, выплаты и др.) по банковским картам всех платежных систем (в том числе зарубежных) проходят через российскую НСПК. Также важной задачей НСПК является становление российской карточной ПС «Мир». Национальная система платежных карт является национально значимой платежной системой (ст. 22.14) [3].

Основным нормативным документом, регулирующим эмиссию платежных карт и деятельность КПС, является «Положение об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием» № 266-П» [5], согласно которому кредитные организации могут осуществлять эмиссию банковских карт, а именно: расчетных (дебетовых), кредитных и предоплаченных карт, держателями которых являются физические лица, в том числе уполномоченные юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями (ст. 1.5).

В Положении определены функции разных видов карт, как электронных средств платежа: расчетной, кредитной, предоплаченной. Так расчетная дебетовая карта используется для совершения операций держателем карты в пределах суммы средств его банковского счета, и (или) кредита при недостатке или отсутствии на счете средств (овердрафт). Кредитная карта используется для совершения операций за счет денежных средств, предоставленных банком - эмитентом клиенту в пределах

расходного лимита в соответствии с условиями заключенного договора. Предоплаченная карта используется для перевода электронных денежных средств, возврата остатка в пределах суммы предварительно предоставленных держателем денежных средств банку-эмитенту в соответствии с требованиями, установленными законом № 161-ФЗ (ст. 1.5).

Таблица 1

Критерии признания ПС системно значимой, социально значимой и национально значимой

<table>
<tr><th>Системно значимые ПС</th><th>Социально значимые ПС</th><th>Национально значимые ПС</th></tr>
<tr><td colspan="2">Необходимо соответствие хотя бы одному критерию</td><td>Необходимо соответствие каждому критерию</td></tr>
<tr><td colspan="2">Объем, сроки, суммы, условия переводов денежных средств</td><td rowspan="5">1. Установление контроля в отношении оператора ПС и операторов услуг платежной инфраструктуры в порядке, установленном Банком России

2.Использование операторами услуг платежной инфраструктуры информационных технологий, установленных Банком России, в том числе использование российских программных средств</td></tr>
<tr><td>1.Осуществление в рамках ПС в течение 3-ех календарных месяцев подряд переводов денежных средств общим объемом на сумму не менее 15 трлн руб. и отдельными переводами на сумму 100 млн руб.;</td><td>1.Осуществление в рамках ПС в течение 3-ех календарных месяцев подряд переводов денежных средств общим объемом на сумму не менее 1 трлн руб. и более половины этих переводов на сумму не более 100 тыс. руб.;</td></tr>
<tr><td colspan="2">Условия и количество переводов</td></tr>
<tr><td>2. Осуществление в рамках ПС Банком России переводов денежных средств при рефинансировании кредитных организаций и осуществлении операций на открытом рынке;
3. Осуществления в рамках ПС переводов денежных средств по сделкам, совершенным на организованных торгах</td><td>2. Количество переводов с использованием платежных карт в течение календарного года не менее 500 млн.
3. Количество переводов денежных средств без открытия банковского счета не менее 13 млн.
4. Количество переводов денежных средств клиентов – физ. лиц по их банковским счетам (за исключением переводов денежных средств с использованием платежных карт) в течение календарного года не менее 2 млн</td></tr>
</table>

Составлено автором на основе данных [3, 4]

В Положении прописаны операции с платежными картами, которые могут осуществлять физические и юридические лица. Так физические лица вправе получать наличные деньги, либо оплачивать товары и услуги в национальной и иностранной валюте с помощью банковских карт на российской территории, а также в иностранной валюте за ее пределами. Юридические лица и индивидуальные предприниматели вправе получать наличные денежные средства, осуществлять расчеты и оплату расходов, связанных с их деятельностью, в том числе оплату командировочных и представительских расходов, а также иные операции, в отношении которых законодательством не установлен запрет [5].

Федеральным законом «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа» определяются правила применения контрольно-кассовой техники, в том числе и с использованием банковских карт (ст. 1.2) [6].

На защиту прав пользователей банковских карт направлены официальные письма Банка России [7, 8]. Письмо Банка России «О памятке «О мерах безопасного использования банковских карт» содержит рекомендации по использованию банковских карт при совершении операций в банкомате и через сеть Интернет, которые позволяют обеспечить их сохранность [7]. Письмо Банка России «О рекомендациях по раскрытию информации об основных условиях использования банковской карты и о порядке урегулирования конфликтных ситуаций, связанных с ее использованием» направлено кредитным организациям для повышения качества услуг при выпуске и обслуживании банковских карт [8].

Для определения характеристик основных КПС действующих на территории России, осуществим выборку из Реестра операторов ПС, зарегистрированных Банком России [9].

По состоянию на декабрь 2018 года Реестр содержит 51 наименование операторов ПС и сведений о них, причем 34 оператора являются действующими, а 17 – имеют записи об исключении. Среди действующих ПС, входящих в Реестр, к карточным можно отнести 16 ПС. Из них 4 ПС (около 25 %) признаны Банком России социально значимыми, 7 ПС (43,75 %) - национально значимыми, 5 ПС (31,25 %) не имеют статус значимости. Платежная система Сбербанк является одновременно социально значимой и национальной значимой.

Основные показатели (наименование, оператор, значимость системы и вид) КПС, действующих на территории России, представлены в таблице 2.

Таблица 2

Основные показатели КПС, действующих на территории России

Наименование ПС	Оператор ПС в России	Значимость ПС (дата признания)	Вид ПС
1. NCC (NATIONAL CREDIT CARDS)	ЗАО «Национальные кредитные карточки»	национально значимая (31.10.2014)	международная
2. «Юнион Кард» (UNION CARD)	ЗАО «Процессинговая компания «Юнион Кард»	национально значимая (31.10.2014)	локальная
3. Виза	ООО «Платёжная система Виза»	социально значимая (24.09.2013)	международная
4. ВТБ	Банк ВТБ (ПАО)	национально значимая (31.10.2014)	локальная
5. Сбербанк	ПАО «Сбербанк России»	социально значимая (14.01.2014) национально значимая (15.04.2015)	локальная
6. «Золотая корона»	РНКО «Платежный центр» (ООО)	социально значимая (24.09.2013)	локальная
7. «ТАМОЖЕННАЯ КАРТА»	ООО «Таможенная карта»	национально значимая (31.10.2014)	локальная
8. Универсальная электронная карта	АО «УЭК»	национально значимая (31.10.2014)	локальная
9. «МастерКард»	ООО «МастерКард»	социально значимая (24.09.2013)	международная
10. Американ Экспресс	ООО «Американ Экспресс Банк»	не имеет статус значимости	международная
11. UnionPay	ООО «ЮнионПэй»	не имеет статус значимости	международная
12. REXPAY	КБ «Геобанк» (ООО)	национально значимая (13.03.2015)	локальная
13. «МультиКарта»	Банк ВТБ 24 (ПАО)	национально значимая (13.03.2015)	локальная
14. Джей Си Би	ООО «Джей Си Би Интернэшнл (Евразия)»	не имеет статус значимости	международная
15. АКБ «БЭНК ОФ ЧАЙНА»	АКБ «БЭНК ОФ ЧАЙНА» (АО) (18.03.2015)	не имеет статус значимости	локальная
16. «ОДИН ДВА ТРИ»	АО «МПС «123»	не имеет статус значимости	международная
17. «Мир»*	АО «НСПК»	национально значимая	национальная

**По состоянию на декабрь 2018 года в Реестр операторов платежных систем не входит.*
Составлено автором на основе данных [9]

На российском платежном рынке основную долю по эмиссии, а также количеству проводимых операций занимают карточные платежные системы Виза и «МастерКард». Существенно меньшую до-

лю занимают такие карточные ПС, как Американ Экспресс, UnionPay, Джэй Си Би, а также локальные ПС, такие как «Золотая Корона», «Юнион Кард» [10]. Отметим, что российскими эмитентами было выпущено около 30 млн карт «Мир», что составляет уже более 10 % от всей российской эмиссии.

В основном карточная ПС включает четырех участников: эмитент (финансовая организация, которая выпускает карты и взаимодействует с держателями карт); держатель карты (авторизированный пользователь карты); эквайер (финансовая организация, обслуживающая сделки со стороны продавца); продавец (компания, уполномоченная принимать платежные карты в оплату за товары и услуги) [11].

Если эмитент совмещает функции эквайера, то такая система включает трех участников. Например, American Express, JCB, Diners Club, которые являются как эмитентами карт, так и эквайерами.

Помимо основных участников выполняют функции взаимодействия процессинговые центры и расчетные центры [12, 13]. Процессинговый центр – компания, обеспечивающая информационные и технологическое взаимодействие между участниками ПС. Расчетный центр – это кредитная организация, осуществляющая взаиморасчеты между банками – членами ПС на основе данных, полученных из процессингового центра.

Рассмотрим процесс осуществления транзакций в рамках четырехсторонних международных КПС (рисунок 1).

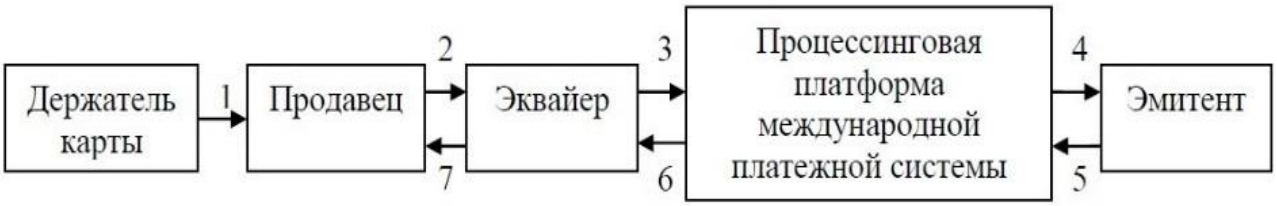


Рис. 1. Схема осуществления транзакции в международной КПС [14]

Процесс осуществления транзакции происходит следующим образом:

1. Держатель карты предъявляет продавцу платежную карту в качестве средства платежа. Информация на магнитной полосе карты или на ее чипе считывается при помощи специального терминала на месте продажи.
2. Терминал переводит информацию о карте и сумме операции эквайеру.
3. Эквайер переводит информацию по транзакции в авторизационный запрос и отправляет сформированный запрос в ПС.
4. Международная ПС переправляет запрос эмитенту карты для проверки.
5. Эмитент направляет в международную ПС ответ на запрос об авторизации, разрешая или отклоняя операцию.
6. Международная ПС переправляет ответ об авторизации эквайеру.
7. Эквайер передает информацию об ответе ПС на терминал продавца [14].

Типовая транзакция, проходящая через ПС, происходит в три стадии: авторизация, клиринг и расчет. Авторизация – процесс одобрения (санкционирования) или отклонения транзакции до момента окончательного совершения покупки или выдачи денег из банкомата. Клиринг – процесс передачи итоговой информации о транзакциях от эквайеров эмитентам платежных карт для дальнейшего учета данных о транзакции на счете держателя карты. Процесс клиринга включает в себя и подсчет комиссий эквайеру и эмитенту карты, которые участвовали в совершении транзакции, а также перевод денежных средств в валюту, в которой должна быть совершена транзакция. Расчет – это процесс определения и передачи чистых итоговых позиций эмитентов карт и эквайеров по всем транзакциям, которые прошли клиринг.

На рисунке 2 показан процесс клиринга и расчета между эмитентом платежной карты и эквайером.

Рис. 2. Процесс клиринга и расчетов между эмитентом и эквайером для транзакции в международной КПС [14]

На первом этапе продавец передает информацию о покупках эквайеру, в том числе номера счетов и суммы по транзакциям. На втором этапе эквайер на основании полученной информации формирует клиринговое извещение и пересылает его в международную ПС. На третьем этапе международная ПС переправляет клиринговое извещение эмитенту, при этом она рассчитывает обязательства эмитента и сумму, которая должна быть переведена эквайеру (за вычетом комиссий). Это этапы процесса клиринга. На четвертом этапе эмитент направляет денежные средства в размере своих обязательств по расчетам в банк, выбранный международной ПС для совершения расчетов. На пятом этапе по указанию международной ПС расчетный банк переводит средства эквайеру. Это этапы процесса расчета.

Транзакции в рамках ПС могут различаться в зависимости от того, является ли транзакция внутренней или трансграничной, т.е. происходит между участниками ПС из разных стран. При этом правила проведения транзакций в каждой конкретной стране определяются не только регламентами международной ПС, действующими для отдельных стран и регионов, но и национальным законодательством [14].

В России в настоящий период в безналичном обороте преобладают карты с логотипом международных ПС Виза и «МастерКард», что обусловлено историческим ходом эмиссии рынка банковских карт в России. Однако свою долю российского рынка постепенно занимает национальная карта «Мир», которая широко используется в бюджетной сфере.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, российский рынок банковских карт развивается в рамках общемировых тенденций в развитии безналичных расчетов, внедряя все технологические нововведения в данной сфере. Стабильность функционирования и развитие КПС в России обеспечивается соответствующей нормативно-законодательной базой, в которой произошли необходимые и существенные изменения в 2014 году, связанные с созданием российской НСПК и карты «Мир». Правительство, создав собственную национальную систему платежных карт, обеспечило стабильность и безопасность платежных услуг как банкам, так и российским гражданам – обладателям карт.

Список литературы

1. О Центральном Банке Российской Федерации: Федеральный закон № 86-ФЗ от 10.07.2002.
2. О банках и банковской деятельности: Федеральный закон от № 395-1-ФЗ от 02.12.1990.
3. О национальной платежной системе: Федеральный закон № 161-ФЗ от 27.06.2011.
4. Об установлении значений критериев для признания платежной системы значимой: Указание Банка России № 2815-У от 02.05.2012.
5. Положение об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием: Положение Банка России № 266-П от 24.12.2004.

6. О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа: Федеральный закон № 54-ФЗ от 22.05.2003.

7. О памятке «О мерах безопасного использования банковских карт»: Письмо Банка России № 120-Т от 02.10.2009.

8. О рекомендациях по раскрытию информации об основных условиях использования банковской карты и о порядке урегулирования конфликтных ситуаций, связанных с ее использованием: Письмо Банка России № 154-Т от 22.11.2010.

9. Реестр операторов платежных систем (от 18.12.2018) – [Электронный ресурс] / Официальный сайт Центрального Банка России. Режим доступа: http://www.cbr.ru/PSystem/?PrtId=rops, свободный (дата обращения: 19.12.2018).

10. Годовой отчет АО «Национальная система платежных карт» за 2017 год – [Электронный ресурс] / Официальный сайт АО «Национальная система платежных карт». Режим доступа: https://www.nspk.ru/about/investor-relations/disclosure/annual_reports/, свободный (дата обращения: 11.12.2018).

11. Тавасиев А.М. Банковское дело: учебник для бакалавров / А. М. Тавасиев. — М.: Издательство Юрайт, 2015. – 647 с.

12. Александрова Н.Г. Национальная платежная система: учеб. пособие / Н. Г. Александрова [и др.]; под ред. д-ра экон. наук, проф. Н. В. Байдуковой. –СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. – 143 с.

13. Савинская Н.А. Национальная платежная система России: проблемы и перспективы развития / Н.А. Савинская [и др.]; под ред. д-ра экон. наук, проф. Н.А. Савинской, д-ра экон. наук, проф. Г.Н. Белоглазовой. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 131 с.

14. Воронин А.С. Национальная платежная система. Бизнес-энциклопедия / коллектив авторов; ред.-сост. А.С. Воронин. — М.: КНОРУС: ЦИПСиР, 2013. — 424 с.

© И.Н. Муханова, 2018

УДК 336.64

ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

ВЕЙНБЕНДЕР ТАТЬЯНА ЛЕОНОВНА,
к.э.н., доцент
ФУФАЕВА АННА ИВАНОВНА
Магистрант
ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»

Аннотация: Эффективное формирование и использование финансовых ресурсов обеспечивает финансовую устойчивость предприятий, предотвращает их банкротство. Финансовые ресурсы предприятий нефтегазовой отрасли оказывают влияние на все сферы и звенья финансовой системы России, обеспечивая наибольшие налоговые поступления в бюджет и устойчивое социально-экономическое развитие регионов добычи.
Ключевые слова: Финансы, финансовые ресурсы, нефтегазовая отрасль, предприятие, финансы предприятия, эффективность использования финансовых ресурсов, собственные средства, заемные средства.

FORMATION OF FINANCIAL RESOURCER OF THE OIL AND GAS INDUSTRY

Veynbender Tatyana Leonovna,
Fufaeva Anna Ivanovna

Abstract: The effective formation and use of financial resources ensures the financial stability of enterprises, prevents their bankruptcy. The financial resources of the oil and gas industry have an impact on all areas and links of the Russian financial system, ensuring the highest tax revenues to the budget and the sustainable socio-economic development of the production regions.
Keywords: Finance, financial resources, oil and gas industry, enterprise, enterprise finance, financial resource utilization efficiency, own funds, borrowed funds.

Нефтяная промышленность России является основным сектором топливно - энергетического комплекса страны. От успешного функционирования этой отрасли зависит эффективное удовлетворение внутреннего и внешнего спроса на нефть и продукты ее переработки, обеспечение валютных и налоговых поступлений в бюджетную систему Российской Федерации. [1, с.62]

В современном нефтяном бизнесе, в том числе в Российской Федерации, преобладают вертикально интегрированные нефтяные компании. Развитие корпораций зависит от правильно организованной финансовой деятельности. Осуществление финансовой деятельности является необходимым условием стабильного функционирования предприятия. Однако увеличение масштабов инвестирования без достижения приемлемого уровня его эффективности не обеспечивает получение необходимого экономического результата. Определяющее влияние на финансовую деятельность оказывают эффективные процессы формирования и использования финансовых ресурсов предприятия. [2, с.84]

Экономический словарь дает следующее определение понятию «Финансовые ресурсы предприятия (фирмы)»: совокупность всех видов денежных средств, финансовых активов, которыми распола-

гает экономический субъект, находящихся в его распоряжении. Финансовые ресурсы являются результатом взаимодействия поступления и расходов, распределения денежных средств, их накопления и использования. [3, с.522]

В таблице 1 приведена классификация источников формирования финансовых ресурсов нефтегазодобывающих компаний.

Таблица 1

Классификация источников формирования финансовых ресурсов нефтегазодобывающих компаний

Источники формирования финансовых ресурсов нефтегазодобывающих компаний			
Головные вертикально-интегрированные нефтяные компании		Дочерние нефтегазодобывающие общества	
Внутренние источники финансирования	Чистая прибыль	**Внутренние источники финансирования**	Чистая прибыль
	Амортизационные отчисления		Амортизационные отчисления
	Кредиторская задолженность		Кредиторская задолженность
	Устойчивые пассивы		Устойчивые пассивы
	Резервы предстоящих расходов и платежей		Резервы предстоящих расходов и платежей
	Доходы будущих периодов		Доходы будущих периодов
Внешние источники финансирования	Продажа доли финансовому/ стратегическому инвесторам	**Внешние источники финансирования**	Займы, предоставляемые головными ВИНК
	Публичное предложение ценных бумаг		Лизинг от внутригрупповых дочерних обществ
	Выход на западные финансовые рынки (депозитные расписки)		Вклады в уставной/добавочный капитал головными ВИНК
	Банковские кредиты, кредитные линии, ссуды		Банковские кредиты, кредитные линии, ссуды
	Коммерческий (товарный) кредит		Другие, допустимые головными ВИНК
	Государственный кредит (инвестиционный налоговый кредит)		
	Проектное финансирование		
	Лизинг		
	Страхование экспортных операций		
	Франчайзинг		
	Факторинг		
	Гранты и благотворительные взносы		
	Соглашения о разделе продукции и концессии		
	Средства выделяемые в рамках целевых федеральных и региональных программ		
	Другие		

В основе управления финансовыми ресурсами находятся две составляющие части: управление формированием финансовых ресурсов предприятия и управление использованием финансовых ресурсов. [4, с.327]

Формирование финансовых ресурсов предприятия, являясь важной целью управления его деятельностью, способствует решению следующих задач: обеспечивает покрытие текущих затрат, связанных с производством и реализацией продукции, выполнением работ, оказанием услуг; позволяет инве-

стировать средства в капитальные вложения, необходимые для расширения производства, изменения структуры активов; осуществлять инвестирование в ценные бумаги; осуществлять платежи и отчисления в бюджетную систему и взносы во внебюджетные фонды; погашать платежи по получаемым кредитам и займам; формировать различные денежные фонды и резервы; использовать их на благотворительные цели и спонсорство.

При формировании финансовых ресурсов нефтегазодобывающих компаний важно опираться также на условия, специфические особенности нефтегазодобывающего производства, отраженные в таблице 2.

Таблица 2

Особенности нефтегазодобывающего производства и влияние их на выбор источника формирования финансовых ресурсов

Факторы	Особенности фактора	Влияние на выбор источников формирования финансовых ресурсов
Геологические факторы	Подтверждают объем и динамику разработанности ресурсов, степень освоенности и изученности ресурсной базы	Финансирование текущей и инвестиционной деятельности дочерних нефтегазодобывающих обществ на этапах поиска и разведки, растущей добычи происходит преимущественно за счет займов головной компании, которые в свою очередь выделяют финансовые ресурсы из собственных средств головной компании, а также заемных (субсидии Фонда национального благосостояния РФ, синдицированного кредитования и иностранные инвестиции и т.д.). Таким образом стоимость заемного капитала, обходится нефтегазодобывающим компаниям дешевле, так как диверсифицируются финансовые риски.
Природно-климатические факторы	Основная доля нефтегазодобывающих компаний находится в зоне с неблагоприятными климатическими условиями, что требует дополнительных затрат	
Невоспроизводимость углеводородных ресурсов	Данный фактор влияет на способность производить положительный денежный поток в соответствии со степенью разработанности нефтегазодобывающих месторождений и на формирование ликвидационного фонда для восстановления экологической системы до естественного состояния и поэтому отсутствует продленная стоимость	
Изменение цен на нефть и газ	Существует проблема формирования цены на мировом рынке, а также проблема формирования внутренней цены	
Масштабность нефтегазовой отрасли	Территориальная разобщенность месторождений, динамизм и инерционность процесса добычи, что приводит к быстрому реагированию на капитальные вложения и то же время результаты зависят от множества факторов, влияющих на конечные результаты	
Государственная политика в области нефтегазодобычи	Существующая налоговая система взимания НДПИ сделала разработку малых месторождений малорентабельными. Лицензирование нефтяной отрасли, процесс которого зависит от Министерства природных ресурсов и от региональных властей, приводит к значительным затратам	
Высокая капиталоемкость разработки нефтегазовых месторождений	Проявляется в особенности структуры активов нефтегазодобывающих предприятий	

В основу системы управления формирования финансовых ресурсов положена концепция их структуры.

Под оптимизацией структуры финансовых ресурсов понимается применение тех инструментов и механизмов, при которых достигается повышение эффективности использования активов, улучшаются финансовые результаты организации.

Под оптимальной структурой финансовых ресурсов предприятия понимается такое соотношение собственных и заемных средств, при котором:

– средневзвешенная цена капитала имеет минимальное значение;
– рыночная (экономическая) стоимость компании принимает максимальное значение;
– обеспечивается максимизация эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации;
– обеспечиваются оптимальные пропорции между уровнем финансовой устойчивости и уровнем рентабельности собственного капитала.

Процесс оптимизации структуры финансовых ресурсов включает
следующие этапы:

1) анализ и оценка состояния финансовых ресурсов предприятия;
2) выбор критериев оптимальности финансовых ресурсов;
3) определение оптимальной потребности в финансовых ресурсах;
4) разработка управленческих решений для достижения оптимальной структуры финансовых ресурсов;
5) мониторинг и текущее регулирование структуры финансовых ресурсов.[5, с.48]

Список литературы

1. Едигарева Ю.Г., Власов А.В. Роль нефтяной отрасли в экономическом развитии стран ЕАЭС// Научный альманах. – 2016. - №7-1(21) - С. 62
2. Стадник М.Н. Повышение финансовой результативности деятельности предприятия нефтегазовой отрасли/ Стадник М.Н., Пасько Г.В., Безруков А.А., Тыква А.С.// Новые технологии – нефтегазовому региону: материалы международной науч. - практ. конф. – Тюмень, 2017. – С.84
3. Шаркова А.В. Словарь финансово-экономических терминов / А. В. Шаркова, А. А. Килячков, Е. В. Маркина. — М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2015. – 1168 с.
4. Власов А.В., С.С. Илюхина. Оптимизация структуры финансовых ресурсов промышленных предприятий в механизме рыночной экономики// МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2015.- т.6. 34 – С.327
5. Злотинкона Л.Г. Финансовый менеджмент в нефтегазовых отраслях: Учебник для вузов / Л.Г. Злотинкона. Л.В. Колядов, П.Ф. Тарасенко - М.: Российский государственный университет нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина, 2016. - 353 с.

УДК 336.761

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФОНДОВОЙ БИРЖИ ЗАО «КЫРГЫЗСКАЯ ФОНДОВАЯ БИРЖА»

ТОКТОСУНОВА ЧОЛПОН ТУРСУНАЛИЕВНА,
к.э.н., профессор
КАЛНАЗАРОВ ЗАМИРБЕК ШАЙАХМАТОВИЧ
магистрант ИНОО
КЭУ им.М.Рыскулбекова

Аннотация. При всем многообразии функций фондовой биржи все их можно свести к одному общему знаменателю. Биржа - это, в сущности, посредник, обеспечивающий плавную работу хозяйственного механизма. Она очень чутко реагирует на любые изменения в экономической ситуации, будь то финансы, производство или хозяйственные последствия политических событий. Влияние биржевого рынка на процессы, происходящие на всем фондовом рынке, значительно. Именно поэтому роль фондовой биржи в функционировании рыночной экономики достаточно велика и изучении данной темы актуально.
Ключевые слова. Фондовая биржа, фондовые посредники, инвестиционный процесс, акционеры.

ASSESSMENT OF ACTIVITY OF STOCK EXCHANGE JSC KYRGYZ STOCK EXCHANGE

Toktosunova Cholpon Tursunaliyevna,
Kalnazarov Zamirbek Shchayakhmatovich

Summary. At all variety of functions of stock exchange everything can be reduced them to one common denominator. The exchange is, in effect, the intermediary ensuring smooth functioning of an economic mechanism. It very sensitively reacts to any changes in an economic situation, whether it be finance, production or economic consequences of political events. Influence of the exchange market on the processes happening in all stock market, considerably. For this reason the role of stock exchange in functioning of market economy is enough bike and studying of this subject actually.
Keywords. Stock exchange, share intermediaries, investment process, shareholders.

«Кыргызская фондовая биржа» (ЗАО «КФБ») учрежденная в июле 1994 г. как Центр торговли купонами, а 25 мая 1995 г. официально была открыта Президентом КР, став частной, некоммерческой организацией, созданной совместными усилиями учредителей при содействии ГКРЦБ и компанией «Price Waterhouse» (USAID) на основе использования мирового опыта организации и функционирования фондовых бирж. КФБ до 2002 г. функционировала в форме членской некоммерческой организации с общим количеством 16 членов, а в 2000 г. было проведено акционирование КФБ, где одним из самых крупных акционеров и надежных партнеров стала Стамбульская Фондовая Биржа, затем в 2001 г. Казахстанская Фондовая Биржа стала акционером, что позволило КФБ значительно нарастить свой программно-технический потенциал, используя казахстанский опыт. Далее КФБ стало акционерным обществом закрытого типа, созданное на некоммерческой основе из 17 акционеров. Отношения с 19 участниками торгов в дальнейшем строились на договорной основе (табл.1)

Таблица 1

Акционеры и участники торгов ЗАО «КФБ»

Акционеры ЗАО «КФБ»	Участники торгов на ЗАО «КФБ»
ОАО «ББВ», АКБ «Кыргызстан», ОАО «Мастерфайбр», ЗАО «Заман», ОАО «Халык Банк Кыргызстан», ЗАО «NCP Securities Corporation», ОАО ОКБ «Аалам», ОсОО «Minaret Group», ЗАО «ИК АРАБЕЛЬ» ЗАО «ГЛОБАЛ СЕКЬЮРИТИЗ» ОАО «АТФБАНК КЫРГЫЗСТАН» ЗАО «Казахстанская Фондовая Биржа» ОсОО Финансово-инвестиционная компания «Asko&Co», ОсОО «BNC Finance», компания «Ниет-Аракет» ОсОО Финансово-консалтинговая ОсОО Финансовая компания «Сенти» Стамбульская Фондовая Биржа	ОАО «Халык Банк Кыргызстан» ОАО ОКБ «Аалам», ОАО «Чуйинвест» ОсОО Финансово-Консалтинговая Компания «Ниет-Аракет», ОсОО «Казинвест» ОАО «ББВ» ОсОО Финансово-Инвестиционная Компания «Asko&Co», ОсОО Финансовая компания «Сенти», ОсОО «Мастерфайбр» Инвестиционная компания BNC Finance ЗАО Инвестиционная компания «Арабель» АО Управляющая компания «Инвестиционные ресурсы», ОсОО «Финансовый брокер» ОсОО «Global Finance», ОсОО «KLS Securities» ОсОО «Ист Кэпитал Менеджмент» ОсОО ФКК «АТО-Финанс», ОсОО УК «Bishkek Finance», ОсОО «Финансовый брокер КАДА»

Источник: КФБ.

На сегодняшний день структура корпоративного управления КФБ состоит из общего собрания акционеров, совета директоров, президента и ревизионной комиссии, а организационная структура состоит из президента, вице-президента, учебного центра, центра раскрытия информации и 3-х отделов.

Деятельность биржи осуществляется в соответствии с нормативно-правовой базой КР: Гражданский кодекс КР, Закон «О рынке ценных бумаг», Закон «Об акционерных обществах», а также на внутренних нормативных документах биржи: Устав, Регламент, правила биржевой торговли, правила листинга ценных бумаг, регламент торговли госпакетами, типовой договор, правила внутреннего контроля, правила ведения депозитарно-клиринговых операциях и др.

ЗАО «КФБ» в своей финансово-хозяйственной деятельности основывается на принципах самоокупаемости, полного хозрасчета, самофинансирования, обладает полной хозяйственной самостоятельностью в вопросах определения формы управления, принятия хозяйственных решений, установки цен за услуги, оплаты труда, защиты прав и законных интересов своих акционеров.

Капитал ЗАО «КФБ» формируется за счет поступивших и поступающих средств от размещения акций, а также результатов финансово - хозяйственной деятельности. ЗАО «КФБ» выпускает и размещает простые именные акции, каждая из которых предоставляет ее собственнику одинаковый объем прав. Общее количество размещенных акций - 567 акций. Акционерами могут быть юридические лица - резиденты и нерезиденты КР, являющиеся профессиональными участниками рынка ценных бумаг, кредитными или финансовыми организациями. ЗАО «КФБ» вправе в порядке, установленном законодательством КР, дополнительно выпускать и размещать акции среди заранее определенного круга лиц. Уставный капитал составляет 27 216 000 сом. Участниками торгов являются исключительно профессиональные участники рынка ценных бумаг, имеющие лицензию по осуществлению брокерской и/или дилерской деятельности, прошедшие процедуру регистрации в качестве участников торгов и заключившие договор об участии в торгах. Регистрация профессиональных участников для участия в биржевых торгах заключается в предоставлении определенного перечня необходимых документов.

Официальный список Биржи состоит из трех категорий:

1. категория **«IL»** (International Listing), являющаясянаивысшей;
2. - категория **«BC»** (Blue Chips), следующая за наивысшей;
3. - категория **«SU»** (Start Up), третья категория.

КФБ за всю историю своей деятельности, практически всегда была лидирующей торговой пло-

щадкой вплоть до 2008 г., а затем из-за конкуренции других двух бирж, отсутствия альтернативных финансовых инструментов и в целом отсутствие активности на самом рынке активность биржи стала снижаться.

В целом рассматривая деятельность фондовой биржи, отметим, что такой финансовый институт как фондовая биржа в КР сложился со всей необходимой инфраструктурой, но финансовые показатели рынка ценных бумаг конечно низкие в сравнении с другими развивающимися рынками в силу неразвитости финансового сектора Кыргызстана, промышленности, да и всей экономики в целом. Но учитывая небольшой срок суверенного развития - это всего 26 лет, и малые масштабы страны, отметим, что на сегодня рынок ценных бумаг развивается в положительном темпе, из года в год появляются новые ценные бумаги, компании активно используют мировую практику привлечения инвестиций посредством ценных бумаг.

По состоянию на 31 декабря 2017 года количество эмитентов, прошедших **листинг,** составило 29, что на 3 эмитента больше аналогичного периода 2016 года.

Рис. 1. Изменение количества листинговых компаний

В 2017 году объем торгов с ценными бумагами на рынке ценных бумаг составил 7 858 129 009 сомов, что значительно меньше аналогичного периода 2016 года. Изменение объема торгов наглядно показано в нижеследующей диаграмме.

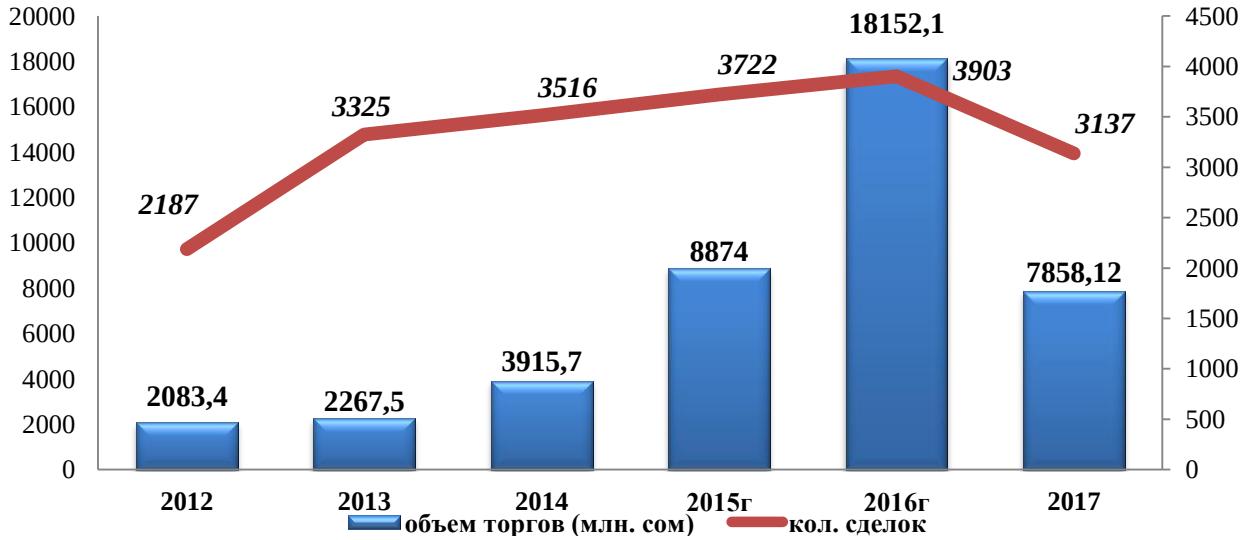


Рис. 2. Объем торгов и количество сделок на рынке ценных бумаг

Количество заключенных сделок с ценными бумагами за отчетный период составило 3137 что на 19,6% меньше количества сделок за аналогичный период прошлого года.

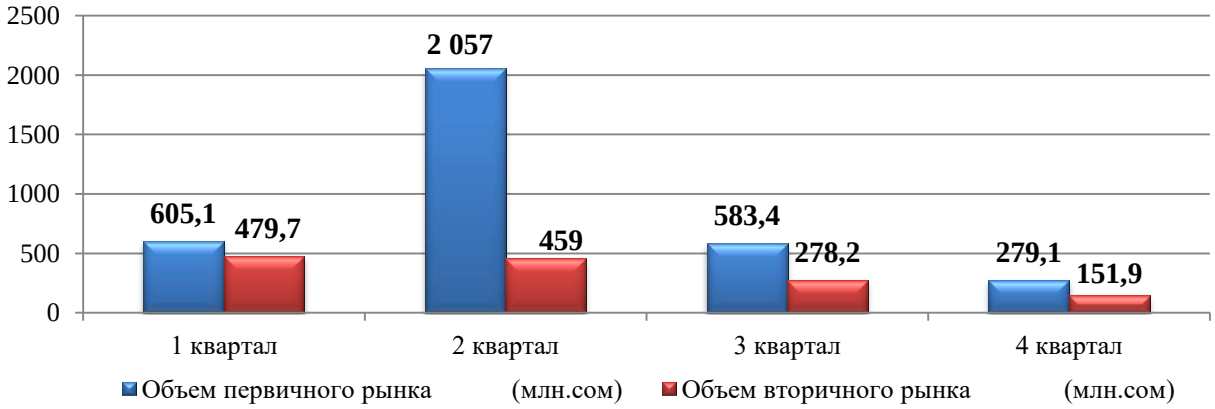


Рис. 3. Объем биржевых торгов с ценными бумагами (млн.сом).

Приведенная выше диаграмма на рис.3 наглядно демонстрируют увеличение объемов сделок, проводимых брокерско-дилерскими компаниями через торговую площадку фондовой биржи в втором квартале 2017 года.

Анализ биржевых сделок на первичном и вторичном рынке, свидетельствует о том, что за 2017год в структуре объема торгов преобладал объем сделок, совершенных на первичном рынке.

Объем биржевых сделок на вторичном рынке ценных бумаг, характеризующий изменение в структуре собственников, составил 1 118 567 493 сомов, или 14,2% от общего объема торгов. Объем биржевых сделок на первичном рынке, за счет которого происходит привлечение финансовых ресурсов или перераспределение инвестиционного капитала, составил 3 525 181 589 сомов, или 44,9% от общего объема торгов.

Таблица 2

Общий объем сделок с разбивкой на первичный и вторичные рынки

Общий объем	Объем первичного рынка (сом)	Объем вторичного рынка (сом)	Объем внебиржевого рынка (сом)	Объем первичного рынка в %	Объем вторичного рынка в %	Объем внебиржевого рынка в %
7 858 129 009	3 525 181 589	1 118 567 493	3 214 379 925	44,9	14,2	40,9

Таблица 3

Информация о сделках на рынке ценных бумаг Кыргызской Республики по состоянию за 2016-2017 года

Год	Количество сделок на рынке ценных бумаг за 2016-2017 годов, ед.	Объем торгов в сомах	Темп роста по объему торгов	Темп роста по количеству сделок
2016 г.	3 903	18 152 083 431	-57%	-19,6%
2017 г.	3 137	7 858 129 009		

За 2017 год на торговой площадке ЗАО «Кыргызская фондовая биржа» совершены 607 сделок с корпоративными облигациями ОАО «Салымфинанс», ОсОО «Аю», ЗАО «Кыргызский Инвестиционный

Кредитный Банк», ЗАО МФК «Алма Кредит» и ОАО ТД «Мин туркун» на сумму 636 617 704,58 сомов.

За 2016 год на торговой площадке ЗАО «Кыргызская фондовая биржа» совершены 538 сделки с корпоративными облигациями ОсОО «Росказмет», ОсОО «Первая Металлобаза»,ОАО «Салымфинанс»,ОсОО «Аю» и ЗАО «Кыргызский Инвестиционный Кредитный Банк» на сумму 387 901 843,34 сомов.

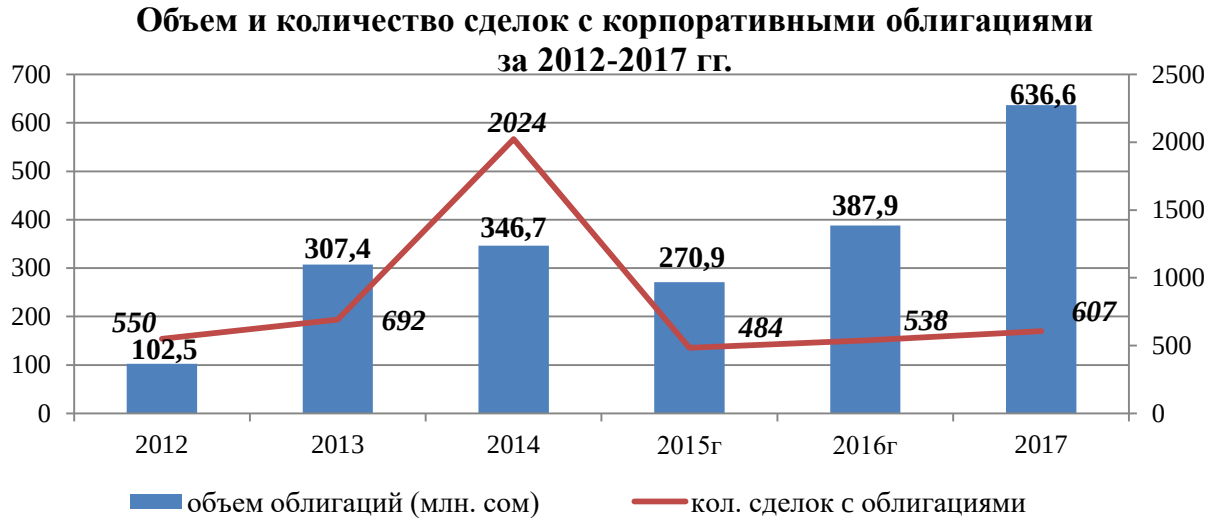


Рис. 2.12. Сделки с корпоративными облигациям

Нынешнее финансовое положение страны требует концентрации участников торгов, улучшение уровня предоставляемого сервиса и обеспечение ликвидности ценных бумаг. И произошедшее 5 марта 2011 г. объединение двух действующих организаторов торговли является историческим и знаковым событием для дальнейшего развития рынка ценных бумаг, укрепления институциональной инфраструктуры, консолидации усилий, направленных на улучшение национального рынка ценных бумаг и возможную интеграцию в международный рынок капиталов.

Основная роль фондовой биржи заключается в обслуживании движения денежных капиталов, которое опосредует распределение и перераспределение национального дохода как в целом в народном хозяйстве КР, так и между социальными группами, отраслями и сферами экономики. На сегодня ЗАО «Кыргызская фондовая биржа» прочно заняла свою рыночную нишу со всеми недостатками и достоинствами, являясь одним из важных институтов не только рынка ценных бумаг, но и всего финансового сектора.

Список литературы

1. www.gov.kg
2. www.kse.kg

УДК 336.71

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФИНАНСОВЫХ КОВЕНАНТ КРЕДИТНОГО ДОГОВОРА

СМЕРТИНА ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА,
к.э.н., доцент
ВОЛКОВИЦКАЯ ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА,
ЯРОВОЙ МАКСИМ ВЛАДИМИРОВИЧ
Студенты
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Аннотация: в последнее время в банковской сфере закрепилось применение при заключении кредитных договоров финансовых ковенант – обязательств заемщиков для уменьшения возможного риска нарушения условий договора с их стороны. В данной статье представлены теории применения и мониторинга финансовых ковенант.
Ключевые слова: финансовые ковенанты, мониторинг, кредитор, заемщик, асимметрия информации.

THEORETICAL FOUNDATIONS OF FINANCIAL COVENANTS OF CREDIT AGREEMENTS

Smertina Elena Nikolaevna,
Volkovitskaya Elena Nikolaevna,
Yarovoy Maxim Vladimirovich

Annotation: recently, in the banking sector, the use of financial covenants — the obligations of borrowers to reduce the possible risk of violation of the terms of an agreement on their part — has been fixed in concluding credit agreements. This article presents the theories of the use and monitoring of financial covenants.
Keywords: financial covenants, monitoring, lender, borrower, information asymmetry.

Одной из основных функций банков является мониторинг своих заемщиков. Кредиторская задолженность как источник образования активов с одной стороны обеспечивает фирму средствами для ведения деятельности и ведет к приросту валюты баланса компании, но с другой – увеличивает риски в вопросе непрерывности деятельности, ведь в том случае, если организация окажется в ситуации, когда она не сможет отвечать по своим обязательствам, это приведет ее к предбанкротному состоянию.

Для снижения своих рисков банки при заключении кредитных договоров указывают в них ковенанты – специальные условия, цель которых – защищать банк и запретить заемщику предпринимать действия, которые могли бы негативно повлиять на вероятность возврата кредита [4].

Такие финансовые договоренности служат путеводными звеньями, которые обеспечивают гибкий мониторинг, в результате которого реакция банков и прочих кредиторов может варьироваться от отмены кредитования до введения ограничений. Однако пересмотр ссуды после нарушения условий ковенант сопряжен с расходами. Кредиторы должны оценить причины нарушения соглашения и договориться об ответе с заемщиком. Дело может потребоваться обсудить в суде, если заемщик и кредитор не могут прийти к соглашению. Однако информация, полученная в банковских отношениях, снижает такие затраты на пересмотр условий, таким образом, поддерживает использование ковенант.

Хотя ковенанты могут служить инструментами мониторинга, в начале прошлого десятилетия южнокорейский экономистом Чеол Парк разработал модель, в которой они выступают постоянным стимулом для проведения мониторинга банками [1]. Их претензии в этой модели конкурируют с претензиями других инвесторов и кредиторов, которые могут бесплатно пользоваться функцией мониторинга банка, что уменьшает его желание получать информацию о заемщике.

В то же время, неспособность предпринимателя с полной уверенностью взять на себя обязательство отказаться от проектов, которые могут нанести серьезный финансовый ущерб, снижает стоимость фирмы. Ковенанты помогают преодолеть обе проблемы, так как благодаря ним финансовое состояние заемщика является предметом постоянного внешнего мониторинга со стороны банков. Доказанное нарушение условий ковенант позволяет кредитору пересмотреть кредитный риск заемщика и наложить ограничения.

Согласно модели Р.Г. Раджана и А. Винтона кредитор будет отслеживать, превышает ли стоимость, которую он получает от сбора информации, затраты на мониторинг [2]. Так как отчетная информация, полученная в результате установления кредитных отношений, снижает затраты на мониторинг кредитора, установление ковенант является предпочтительным инструментом контроля заемщика.

В модели Парка оптимальный долговой договор предполагает двухуровневую структуру: мониторинг делегируется кредитору, требования которого достаточно велики, чтобы в случае банкротства не быть выполненными на 100%, таким образом младшие кредиторы ничего не получают в случае ликвидации и, соответственно, не имеют стимулов для мониторинга. Поэтому старший кредитор занимается за формированием и контролем выполнения ковенант. При прочих равных оптимальным является назначение задачи мониторинга кредитору с наименьшими затратами на мониторинг.

В то время как вышеупомянутые теории предсказывают увеличение использования ковенант по мере развития отношений кредитования, агентская теория, разработанная М. Дженсеном и У. Меклингом, предсказывает обратное [3]. В соответствии с этой теорией акционеры в состоянии предпринять ряд действий, которые могут повлиять на требования со стороны кредиторов, таких, как: смещение рисков, чрезмерные выплаты дивидендов, чрезмерные и недостаточные инвестиции и так далее. Такая возможность требует необходимости мониторинга, особенно когда асимметрия информации серьезна. Поэтому, когда банк предоставляет ссуды заемщику, с которым он никогда не сталкивался ранее, он может использовать относительно обширный набор ковенант, чтобы снизить подобный риск. Однако при повторном взаимодействии информационная асимметрия уменьшается, так как банк изучает информацию, специфичную для заемщика, и это может уменьшить количество соглашений, записанных в договоре.

По сравнению с другими инструментами мониторинга, уникальная особенность финансовых ковенант заключается в том, что они сокращают эффективный срок погашения кредита при условии снижения показателей деятельности фирмы. Это имеет интересные последствия для проблемы задержки в кредитных отношениях. В случае применения ковенант существует два разных типа проблем с задержкой: она может возникнуть в момент заключения договора займа из-за начального несоответствия финансового состояния требованиям кредитора или в момент, когда в течение срока выплаты кредита нарушается ковенант. Проблемы с задержками, возникающие при заключении нового займа или пролонгации срочного займа, получили значительное внимание как в теоретической, так и в эмпирической литературе, при этом не были изучены задержки по причине нарушения ковенант.

Стоит подчернуть, что т.к. по мере того, как банк получает сведения о заемщике, то асимметрия информации уменьшается, но информационное преимущество банка перед внешними кредиторами усиливается. Таким образом, информационная монополия банка может привести к тому, что заемщик будет в уязвленном положении. Это может позволить кредитному учреждению навязывать заемщику неблагоприятные условия договора (например, более широкий набор ограничительных условий) при заключении последующих кредитных соглашений.

В заключении стоит подчеркнуть, что вышеуказанные теории ни в коем случае не являются взаимоисключающими и могут взаимодействовать друг с другом. А, например, способность заемщика избежать проблем, связанных с задержкой, обусловленной нарушением ковенант, путем сокращения по-

следних в условиях кредитного договора, вероятно, будет зависеть от позиции заемщика при предварительном обсуждении с банком. В зависимости от степени, в которой заемщик уже задерживается при заключении кредитного соглашения, он может в ходе переговоров настаивать на облегчении условий финансового соглашения.

Список литературы

1. Парк Ч. Мониторинг и структура дебетовых договоров. Журнал финансов № 55 (5), 2000 г. - С. 2157–2195.
2. Раджан Р. Дж., Винтон А. Ковенанты и залог как стимулы для мониторинга. Журнал финансов № 50 (4), 1995 г. - С. 1113–1146.
3. Дженсен М., Меклинг У. Теория фирмы: Управленческое поведение, агентские расходы и структура собственности. Журнал финансовой экономики. № 3 (4), 1976 г. - С. 305–360.
4. Топ-15 самых важных финансовых ковенант кредитного договора – [Электронный ресурс] – доступ URL: https://fd.ru/articles/158216-top-15-samyh-vajnyh-finansovyh-kovenant-kreditnogo-dogovora-qqq-16-m10

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

УДК 657.6

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АУДИТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

СМЕРТИНА ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА,
к.э.н., доцент
ВОЛКОВИЦКАЯ ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА,
ЯРОВОЙ МАКСИМ ВЛАДИМИРОВИЧ
Студенты
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Аннотация: технологические достижения являются движущей силой аудита. Сбор актуальных данных в процессе проверки и анализа позволяют более современно и качественно оценивать постоянно растущие объемы данных. Это меняет характер аудита, помогая лучше идентифицировать финансовая отчетность, мошенничество и операционные бизнес-риски и проводить более актуальный аудит.
Ключевые слова: аудит, цифровая экономика, анализ, автоматизация, искусственный интеллект.

PROSPECTS OF AUDIT DEVELOPMENT IN THE DIGITAL ECONOMY

Smertina Elena Nikolaevna,
Volkovitskaya Elena Nikolaevna,
Yarovoy Maxim Vladimirovich

Annotation: technological advances are the driving force behind auditing. The collection of up-to-date data in the process of verification and analysis allows for a more modern and high-quality assessment of constantly growing data volumes. This changes the nature of the audit, helping to better identify financial statements, fraud and operational business risks and conduct more relevant audits.
Keywords: audit, the digital economy, analysis, automation, artificial intelligence.

Технологии способствуют значительным изменениям во всех сферах жизни, поэтому крайне важно, чтобы аудиторская профессия не отставала и активно использовала новые технологические тенденции, которые могут трансформировать подход к аудиту.

В научных источниках можно выделить несколько подходов к определению понятия "цифровая экономика": цифровая экономика как организация ведения бизнеса в интернете; цифровая экономика как система отношений на базе использования цифровых технологий; цифровая экономика как организация специфического производства [3].

По определению Европейского сообщества, цифровая экономика - это результат трансформационных эффектов новых технологий общего назначения в области информации и коммуникации [1].

В условиях цифровой экономики существует возможность значительно расширить информационное обеспечение аудита, что позволяет использовать больший масштаб аудиторских доказательств и усилить роль аналитических процедур, позволяющих обеспечить наиболее четкое выделение основных зон риска деятельности аудируемого объекта и обосновать реализуемость (реальность) предлагаемой стратегии и инновационных планов [2, с. 118].

Основным направлением развития модернизации аудиторской профессии является дальнейшее инвестирование в развитие все более технологичных методов, что подразумевает экспериментальные способы автоматизации аудиторской проверки и постоянный активный диалог с регулирующими органами по мере появления новых технологий.

Когнитивные вычисления используют алгоритмы искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения, чтобы выйти за рамки аналитических возможностей, а также учиться и принимать самостоятельные решения. Поэтому аудиторская профессия также изучает возможности и потенциал использования ИИ в рамках аудиторского подхода.

Аудиторская аналитика играет важную роль в повышении уровня качества аудита, в частности, обеспечивая стратификацию данных и целенаправленное тестирование больших и (или) сложных наборов данных. Используя передовые методы машинного обучения, которые станут частью будущего инструментария аудитора, становится возможным обрабатывать, выделять и извлекать ключевую информацию из электронных документов. Эти когнитивные возможности позволяют аудитору оценить гораздо более широкую часть совокупности и сосредоточить усилия на ключевых элементах, в то время как область извлечения однообразной информации или низкой оценкой находится в компетенции ИИ.

Также наблюдается сдвиг в сторону прогнозирующей аналитики - использование возможностей анализа для прогнозирования событий с помощью имитации и моделирования, а также определение наиболее эффективного пути для максимизации возможностей деятельности. Такое развитие событий позволит аудиторам быть все более точными в определении рисков и повысить их актуальность.

Использование технологии блокчейн также открывает широкие возможности цифровой автоматизации. Появляется новая модель учёта с тремя записями, когда каждая учетная операция, зарегистрированная предприятием, также имеет соответствующую проводку в общедоступной цепочке блоков. Такие транзакции могут быть доступны всем пользователям в сети, что делает систему прозрачной.

Ещё одним примером использования блокчейна является концепция умных контрактов между фирмами. Компании могут использовать смарт-контракты, для обеспечения автоматического выполнения определенных правил и как способ надежного хранения и передачи юридического права собственности на актив. Подробная информация о том, как учитывать контракт, также может быть включена в смарт-контракт. Это обеспечит соответствие между признанием затрат в одной организации и признанием выручки в другой. Такие транзакции имеют самопроверку, что означает, что кто-то, проверяющий признание выручки по договору, будет знать, что другая сторона договора согласилась с понесенными расходами либо самостоятельно, либо через надежный источник проверки. Применение умных контрактов в финансовом учете и аудите позволит максимально повысить прозрачность данных, упростить аудит [4]. В таком случае аудит может проводиться при создании умных контрактов еще до того, как транзакции будут иметь место, вместо выявления их влияния на финансовую отчётность в конце года. Искажения, связанные с мошенничеством или ошибкой, могут быть устранены до их возникновения. Аудит при этом проводится в режиме реального времени, что дает новый взгляд на прозрачность и корпоративную отчетность.

Существует риск того, что существующие законы и нормативные акты будут служить барьером для технологических изменений. Недавние и будущие технологические достижения требуют переосмысления актуальности регуляторной среды и адаптации её направленности. Для достижения положительного результата регулирующим органам необходимо тесно сотрудничать с аудиторскими фирмами, анализировать специфику новых методов проверки и походов к её проведению. Для внедрения технологических разработок в подходящую нормативную среду, необходимо сделать процесс и механизм разработки новых структур прозрачным для всех ключевых заинтересованных сторон.

Компании, которые хотят извлечь выгоду из более эффективного и действенного аудита, должны быть открыты для перехода к более стандартизированному формату финансовых данных, что позволит использовать аналитические возможности и когнитивное программное обеспечение без запретительных барьеров, сложной обработки данных, которая часто имеет место в настоящее время.

Сообщество инвесторов также играет важную роль. Чем яснее сообщество сможет установить вид информации, сроки её предоставления и необходимый уровень гарантии тем выше будет вероятность успеха. Потребности инвестора могут быть удовлетворены с помощью более инновационной, своевременной и актуальной финансовой отчетности, поддерживаемой типами технологических достижений, отмеченных выше. Однако, ясность требований являются ключевым аспектом.

Таким образом, можно сделать вывод, что для аудиторов в будущем сочетание наборов навыков имеет решающее значение. Профессия будет нуждаться в людях, которые имеют навыки бухгалтерского учета, но которые также чрезвычайно ИТ-грамотны. Аналитические возможности выходят на первый план, а также способность работать с целым рядом новых технологий.

Список литературы

1. Абелян А.С. Инновационное развитие модернизированных процессов в промышленности: дис. на соискание ученой степени доктора экономических наук. Ростов-на-Дону, 2015
2. Мельник М.В. Новые повороты учета, анализа и аудита // Учет.Анализ.Аудит., 2018. – № 1. - С.110-124.
3. Николайчук О.А. Электронная валюта в свете современных правовых и экономических вызовов // Journal of Economic Regulation. 2017. Т. 8. № 1. С. 142-154.
4. Смирнов Ф. А. Трансформация мировой финансовой системы: блокчейн, «умные контракты» и внебиржевые деривативы. Аудитор. 2017;(6). – С. 49-54.

УДК 330.1

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ВОПРОСЕ ПРИНЯТИЯ К УЧЕТУ РАСХОДОВ ПО ИННОВАЦИЯМ В ОРГАНИЗАЦИИ

АБДУЛКЕРИМОВ КУРБАН КАРИМОВИЧ,
ИСМАИЛОВ МАРАТ МУСТАФАЕВИЧ

Студенты
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет» (РИНХ)

Аннотация: В статье рассмотрены, определены и проиллюстрированы особенности принятия к учету расходов, связанных с инновационной деятельностью организации. Также были изучены основные затраты на НИОКР, их классификация, а также номер счета по которому они учитываются. Описаны способы распределения материальных расходов по инновациям. Приведены методы списания затрат на НИОКР.
Ключевые слова: НИОКР, инновации, ПБУ, расходы, ФЗ, методы.

Обратимся к истории. Начиная с 01.01.2012 года в процедуре учета затрат на научные исследования и конструкторские разработки произошли некоторые корректировки и изменения. Изменения весьма важны и напрямую обусловлены применять привлекательные научные инновации с точки зрения налогообложения. Документ существенно адаптировал учет, но все же определенные вопросы так и остались без ответа.

Управление нашего государства не оставляет усилий сформировать экономику, направленную не на добывающую индустрию, а на современные технологические процессы. С этой целью формируется надлежащая нормативно-правовая основа. Не стало исключением и обложение налогами учреждений, занятых инновационной деятельностью и экспериментально-конструкторскими исследованиями. Безусловно, невозможно отметить, что ранее данному вопросу уделялось немного внимания, однако процедура налогового учета в компаниях, занятых НИОКР, была далека от безупречности. Немало трудностей появлялось при признании тех либо других затрат в составе научных. Кроме того не было определено, что непосредственно принадлежит к трудам инноваций. Для ликвидации «пробелов» в законодательстве и стимуляции «инновационных» фирм, был установлен Федеральный указ с 7 июня 2011 г. № 132-ФЗ. Функционировать он стал уже с 1 января 2012 года и привнес значительные перемены в процедуре учета затрат на НИОКР.

Вплоть до 1 января 2012 года не был учтен список затрат, какие можно было бы отнести к затратам на НИОКР. С одной стороны, это развязывало руки компаниям. Они сами решали, какие расходы принимать во внимание как научные, а какие нет. Однако, с другой стороны, постоянно была вероятность, что налоговики имели возможность устранить определенные расходы из состава расходов на НИОКР. Отсюда и множественные дискуссии с контролерами, и излишняя головная боль. Благодаря изменениям, внесенным Законодательством № 132-ФЗ, в пункте 2 статьи 262 Налогового кодекса возник закрытый перечень подобных затрат:

- амортизационные отчисления по основным средствам и НМА (за исключением зданий и построек), которые применяются с целью исполнения научных исследований;

• оплата работы сотрудников, участвующих в НИОКР;

• вещественные затраты, сопряженные с инновационными разработками и экспериментально-конструкторскими исследованиями (расходы на -получение сырья и материалов, приборов, инвентаря, лабораторского оснащения и спецодежды, а также горючего, вода, энергии абсолютно всех типов);

• другие затраты, напрямую связанные с НИОКР;

• стоимость трудов по соглашениям на проведение НИОКР (для клиента соответствующих исследований либо разработок);

• отчисления на развитие фондов помощи академической, научно-промышленной и инновационной деятельности. Ссылка [2].

К главным направлениям затрат на НИОКР относят: исследования и разработки; получение прав на патенты, лицензии на объекты промышленной собственности; новейшие технологии; приобретение беспатентных лицензий, ноу-хау.

Не принадлежат к затратам по инновациям расходы на освоение природных ресурсов, усовершенствование технологических процессов либо усовершенствование качеств продукта, сумма амортизации по домам и постройкам. Все это запрещено НК РФ.

В структуру расходов на научные исследования включаются средства амортизации только за полные календарные месяцы, в протяжение которых собственность либо нематериальное имущество применялись только с целью выполнения рассматриваемых трудов. Аналогично учитывается износ по имуществу за неполный календарный месяц.

Затраты на НИОКР обязаны предусматриваться в качестве инвестиций во внеоборотные активы на счете 08 «Вложения во внеоборотные активы». С целью учета указанных затрат введен счет 88 «Выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ».

С целью признания расходов на оплату труда в затратах на инновации имеются определенные ограничения. Целый список затрат на оплату работы прикреплен в статье 255 Налогового кодекса. И с него в научно-исследовательские затраты допускается ввести только:

• зарплату (суммы, начисленные по тарифным ставкам, официальным окладам, сдельным ценам и пр.);

• побудительные и компенсирующие надбавки за ночную, сверхурочную службу, деятельность в серьезных и вредоносных условиях и подобные выплаты;

• суммы по соглашениям добровольного страхования;

• плату работы по гражданско-правовым договорам. Ссылка [3].

К материальным затратам в расходы на НИОКР принадлежит значительная часть видов расходов, предусмотренных статьей 254 Налогового кодекса. Учитывать расходы в сырьевые материалы и использованные материалы учреждениям станет довольно просто. При учете затрат на энергию могут появиться определенные проблемы. С целью решения данных проблем следует создать основы распределения этих материальных расходов, так как они могут применяться и в производстве продукции, так и в академической сфере. С целью правильного отображения данных расходов предприятию следует отобразить в учетной политике способ распределения расходов. Существует ряд альтернатив:

• по участку сооружения, применяемого в исполнении основной деятельности и НИОКР;

• по амортизации оборудования, применяемого в той и иной деятельности;

• по затратам на плату работы сотрудников;

• по главным материальным затратам (сырьевые и использованные материалы), напрямую сопряженным с выполнением НИОКР [4].

Стоит отметить, что существую 2 метода списания затрат на НИОКР:

• линейный метод;

• способ списания затрат пропорционально размеру выпущенного продукта (проделанных трудов, проявленных услуг) [5].

При линейном методе затраты спишут одинаково на протяжении прогнозируемого времени использования полученных результатов НИОКР и научно-технических работ, но не более 5 лет. В случае, если предполагается, что итоги НИОКР станут применяться больше 5 лет, то в таком случае период

списания затрат обязан быть установлен равным 5 годам.

При методе списания затрат пропорционально размеру выпущенной продукции (трудов, услуг) необходимо отталкиваться из численного показателя объема продукции (трудов, услуг) в отчетном периоде и соотношения общей суммы затрат по определенной работе и всего предполагаемого объема продукта (трудов, услуг) за весь период использования результатов определенной деятельность.

На протяжении отчетного года вовлечение затрат по НИОКР в расходы по обыкновенным типам деятельности осуществляется равномерно в объеме 1/12 ежегодной суммы вне зависимости от используемого метода списания затрат [6].

Изменение установленного метода списания затрат по конкретным инновациям на протяжении времени использования результатов определенной деятельность не производится. По новым законам расходы на НИОКР включаются в затраты единовременно в полной сумме в периоде, когда закончены надлежащие работы либо их единичные рубежи. Ранее фирмам доводилось «растягивать наслаждение» на один год. На данный момент расходы возможно списать одновременно вне зависимости от того, к какому итогу привели работы – к позитивному либо негативному. Но несмотря на это определенная зависимость, очевидно, сохранится. Это прежде всего касается иных затрат по части превышения определенного лимита в 75 % от расходов на плату работы [7].

Новейшая процедура учета затрат на НИОКР подразумевает применение для этого специализированных налоговых регистров. Ключевые условия к ним написаны в статье

Налогового кодекса. В аналитическом учете предприятие обязано классифицировать затраты на НИОКР по разновидностям работ либо соглашений и по статьям затрат:

- амортизация основных средств и нематериальных активов;
- оплата работы сотрудников;
- материальные и другие затраты.

Ещё одним нововведением считается возможность формировать запас предстоящих затрат на НИОКР. Он формируется для осуществления любой утвержденной программы исследований. Резерв формируется в период, на протяжение которого намечается проводить НИОКР, однако он не может быть выше двух лет.

В завершение можно отметить, что формирование затрат, связанных с исследованием и освоением новой продукции, могут быть отображены в составе нематериальных активов; в составе расходов производства; в составе нынешних расходов на исследования и разработки.

Тем не менее, если в компании совершается введение инновационной продукции на базе применения объектов права интеллектуальной собственности, то она обязана быть идентифицирована в составе нематериальных активов. Затраты на инновационную деятельность необходимо накапливать на счетах бухгалтерского учета по стадиям формирования предприятии, а, кроме того, по их изолированным предметам.

Список литературы

1. Начаркин Д. Новый порядок учета расходов на НИОКР с 1 января 2012 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.buhgalteria.ru/article/n55634
2. Налоговый кодекс РФ. Часть вторая НК РФ. Раздел VIII. Федеральные налоги» Глава 25. «Налог на прибыль организаций» Статья 262. Расходы на научные исследования и (или) опытно-конструкторские разработки. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // http://stnkrf.ru/262.
3. Налоговый кодекс РФ. Часть вторая НК РФ. Раздел VIII. Федеральные налоги» Глава 25. «Налог на прибыль организаций» Статья 255. Расходы на оплату труда. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http:// https://www.assessor.ru/zakon/nk/255/.
4. Зонова А.В. Учет расходов на научно-исследовательские, опытно- конструкторские и технологические работы (НИОКТР). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: //glavbuh-info.ru/index.php/2012-04-24-13-30-44/9213-2012-06-29-15-38-51?showall=1.

УДК 33

НОРМАТИВНЫЙ МЕТОД УЧЕТА ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

ТАТАРЧЕНКО ВИКТОРИЯ МИХАЙЛОВНА,
ГОНЧАРОВА АННА ВЛАДИМИРОВНА

Студенты
Ростовский государственный экономический университет «РИНХ»

Научный руководитель: Смертина Елена Николаевна
к.э.н., доцент
Ростовский государственный экономический университет «РИНХ»

Аннотация: повышение эффективности хозяйствования на любом этапе экономического развития страны является главной задачей. Это делает необходимым применение нормативной системы управления как на уровне отраслей национального хозяйства, так и в рамках одного предприятия. Данный метод нацелен на учет затрат по нормам, что способствует более эффективному развитию производства.
Ключевые слова: нормативный метод, калькулирование, стандарт-кост, нормы, затраты, фактическая себестоимость.

NORMATIVE METHOD OF COST ACCOUNTING AND CALCULATION OF PRODUCTION COSTS

Tatarchenko Victoria Mikhailovna,
Goncharova Anna Vladimirovna

Abstract: improving the efficiency of management at any stage of economic development of the country is the main task. This makes it necessary to apply the regulatory management system both at the level of national economy sectors and within one enterprise. This method is aimed at cost accounting according to the norms, which contributes to a more efficient development of production.
Key words: standard method, calculation, standard-cost, norms, costs, actual cost.

В настоящее время все большее значение приобретает нормативный метод учета затрат на производство и калькулирования себестоимости, так как позволяет немедленно узнавать об отклонениях, выявлять проблемы и осуществлять корректирующие воздействия на производственном уровне, что в свою очередь улучшает эффективность производственного процесса.

Нормативный метод получил свое развитие на основе американского метода « стандарт-кост». В настоящее время, имеется ряд отличий друг от друга по способу нормирования затрат, однако сам принцип и концепция ведения являются едиными.[2, с.759]

Сущность системы планирования проявляется в совокупности мероприятий по документированию, учету, планированию затрат и выявлению отклонений фактических затрат от норм, представлен-

ная на рисунке 1.[3, с.224]

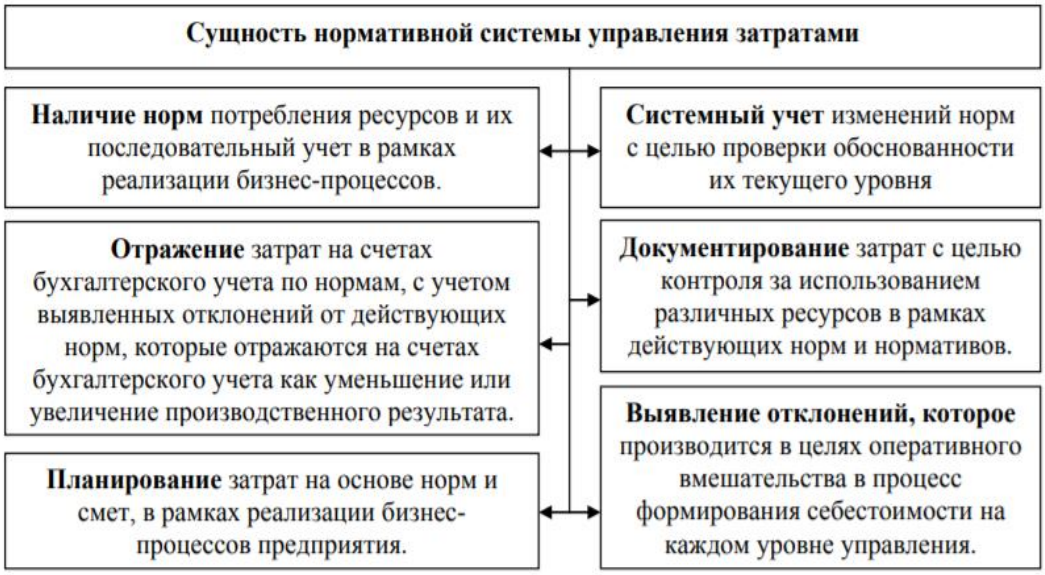


Рис.1. Сущность нормативной системы управления затратами на предприятии в рамках системы управленческого учета

Для того, чтобы рассчитать необходимы нормы для предприятия и проанализировать фактическую себестоимость необходимо использовать основные элементы нормативного метода учета затрат:[3, с.231]

- Составление нормативных калькуляций;
- Раздельный учет затрат производства по нормам и отклонениям;
- Учет изменений норм, составление отчетных калькуляций;
- Калькулирование фактической себестоимости.

Нормативная себестоимость отражает величину затрат на изделие по статьям на основании действующих на начало месяца норм и смет. Основой калькулирования нормативной себестоимости служит создание нормативной базы, т. е. комплекса всех заданий, нормативов, норм и смет, которые используются для планирования и контроля производственного процесса.

Нормативный метод учета предполагает, что текущее выявление отклонений от норм и изменений норм органически включается в систему бухгалтерского управленческого учета и лежит в основе исчисления фактической себестоимости продукции. Разница между нормативными и фактическими затратами называется отклонением.[1, с.341]

По содержанию обычно отклонения подразделяют на:

- отрицательные (то есть превышение фактической себестоимости над нормативной, что свидетельствует о нарушении технологии и организации производства)

- положительные (то есть превышение плановой себестоимости над фактической, что свидетельствует о снижении затрат производства, а следовательно и себестоимости продукции в целом)

- условные (могут быть отрицательными и положительными по причине различий в методике составления калькуляций)

Таким образом, фактическая себестоимость имеет следующую формулу:[5, с.136]

$$S_ф = З_н \pm О_н \pm И_н$$, где

$S_ф$-фактическая себестоимость

$З_н$-нормативная себестоимость

$О_н$-отклонение от норм

$И_н$-изменение от норм

Анализ фактической себестоимости продукции предприятия заключается в установлении степени её соответствия нормативным и плановым величинам, изучении причин изменения уровня себестоимости, в выявлении резервов дальнейшего её снижения.

Стоит отметить, что только в последние годы нормативный метод стал активно внедряться в российские компании, так как чаще всего применяют традиционные методы управления для планирования затрат и контроля над ними. Хотя в советское время расчет норм и нормативов был обязателен для всех промышленных предприятий. Одной из причин такого состояния скорее всего являются недостаточные знания о преимуществах и о методиках или алгоритмах внедрения нормативного метода учета затрат и калькулирования.[4, с.157]

Таким образом, следует выяснить все достоинства и недостатки данного метода учета. Разберем некоторые из них:[4, с. 159]

Оперативный контроль осуществляется в рамках выявления отклонений фактических затрат от нормативных, что позволяет контролировать ход производственной деятельности. Более того, нормативный метод предоставляет уникальную информацию относительно причин и виновных лиц возникновения отклонений фактических затрат от норм, которые являются «сигнальными ориентирами» эффективной финансово-хозяйственной деятельности.

Однако нормативный метод является достаточно трудоемким и требует соответствующей квалификации работников, при этом различные упрощенные варианты этого метода существенно снижают его эффективность и нивелирует некоторые преимущества. Также в отдельных отраслях производственной сферы достаточно трудно установить сами нормы, поскольку на поведение затрат влияет большое количество нерегулируемых факторов.

Подводя итоги, модно сказать, что нормативный метод позволяет организации заранее планировать норму затрат, контролируя при этом все сферы производства. К тому же единство системы оперативного производственного планирования и регулирования с нормативным методом дает максимальный эффект в снижении себестоимости продукции, обеспечении бесперебойности и ритмичности производства.

Список литературы

1. Глушакова О.В. Учет и анализ : учебное пособие // Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет». - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2015. - 706с.
2. Драченко Н. П., Викулина Е. В. Нормативный метод учета затрат и калькулирования себестоимости продукции: сущность и практика применения // Экономика и предпринимательство. 2015. № 2. 759–761с.
3. Карпова Т.П. Управленческий учет : учебник / Т.П. Карпова. – Москва : Юнити-Дана, 2012. - 352с.
4. Керимов В.Э. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы : учебник / В.Э. Керимов. - 9-е изд.- Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 384с.
5. Фетисова О.А. Понятие метода учета затрат и метода кулькулирования себестоимости продукции / О.А. Фетисова // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. - 2015. - № 26. - 135-139с.

© Татарченко В.М., Гончарова А.В., 2019

УДК 33

ABC КАК МЕТОД УЧЕТА ЗАТРАТ

ГОНЧАРОВА АННА ВЛАДИМИРОВНА,
ТАТАРЧЕНКО ВИКТОРИЯ МИХАЙЛОВНА

Студенты
РГЭУ «РИНХ»

Научный руководитель: Смертина Елена Николаевна
к.э.н., доцент РГЭУ «РИНХ»

Аннотация: ABC-модель позволяет определить прямую взаимосвязь между продуктами и необходимыми для их производства затратами, что позволяет упростить учет затрат тогда, когда традиционные методы не в силах справиться. Вместе с тем, метод обладает достаточно мощным потенциалом для оптимизации как стоимости, так и эффективности объектов различной природы, т. е. является действенным инструментом экономии общественных ресурсов.
Ключевые слова: ABC-модель, кост-драйверы, издержки, ресурсы.

ABC AS A COST ACCOUNTING METHOD

Goncharova Anna Vladimirovna,
Tatarchenko Victoria Mikhailovna,
Smertina Elena Nikolaevna

Abstract: ABC-model allows us to determine the direct relationship between products and the necessary costs for their production, which makes it easier to account for costs when traditional methods can not cope. At the same time, the method has a sufficiently powerful potential to optimize both the cost and efficiency of objects of different nature, i.e. it is an effective tool for saving public resources.
Key words: ABC-model, cost drivers, costs, resources.

В настоящее время модель учета ABC (Activity Based Costing) имеет широкое применение в европейских странах и США. В отечественной практике данный метод также применяется, однако не является популярным. Российским аналогом ABC выступает пооперационный метод учета затрат и калькулирования продукции.

В буквальном смысле эта модель означает учет затрат по работам. Он возник в результате видоизменений в концепции учета затрат и калькулирования себестоимости продукции. Ранее расчеты проводились только по постоянным и переменным расходам. Себестоимость продукции в данном случае равна маржинальным издержкам. Однако на практике предприятию всегда требуются маркетинг, привлеченные долгосрочные ресурсы, сбыт и другое. Поэтому равенство маржинальных издержек и доходов может приносить прибыль только при определенных условиях:[2, с.226]

- Прямые затраты должны составлять большую часть расходов
- Выпуск продукции должен быть ограничен

Если предприятие не отвечает данным требованиям, то себестоимость продукции будет значительно искажаться, следовательно, применение постоянных и переменных затрат, в данном случае, будет неэффективным.

Поиск новых методов получения более точной информации о затратах привел к появлению модели учета АВС, согласно которой предприятие рассматривается как набор рабочих операций, определяющих его специфику.[2, с.228] При этом понимается не только внешняя активность фирмы, но и все внутрифирменные процессы – управленческие, производственные, опытно-конструкторские, внутренние транзакции и т. д. Кроме того, данная модель в своей типологии издержек не предусматривает понятия «накладные расходы»: все издержки деятельности организации являются прямыми – в отличие от традиционного механизма списания затрат.

Модель учета АВС стал одним из важнейших методов снижения издержек изготовления и сбыта, трудоемкости и машиноемкости, повышения производительности труда и рентабельности производства, улучшения стоимостных показателей деятельности предприятия.

Первым этапом применения АВС на предприятии является разложение сложных рабочих операций на простейшие составляющие параллельно с расчетом потребления ресурсов. Выделяют три типа работ по способу их участия в выпуске продукции:[1, с.65]

1. Штучная работа
2. Пакетная работа
3. Продуктовая работа

Такая классификация основывается на изучении зависимости между затратами и различными производственными процессами: выпуск единицы продукции, выпуск заказа, производство продукта как такового. При этом не учитывается еще одна важная категория затрат, которая не зависит от производственных событий - затраты, обеспечивающие функционирование предприятия в целом. Для учета таких издержек вводится четвертый тип работ - общехозяйственные работы.

Для достижения оптимального анализа следует классифицировать и ресурсы. Они могут быть:[3, с.284]

- Поставляемы в момент потребления (например, сдельная оплата труда)
- Поставляемые заранее (например, фиксированная заработная плата)

В конце первого этапа анализа все работы предприятия должны быть точно соотнесены с необходимыми для их выполнения ресурсами.

Второй этап заключается в расчете кост-драйверов. Они являются измерителями выходного результата. Как правило, драйверами могу выступать: объем трудозатрат, машино-час, количество операций и др. Если при связывании действия с объектом издержек используется неподходящий драйвер, то распределение затрат дает искаженные результаты.[3, с.289]

Расчет ставки драйвера затрат проводят по формуле:

Rd = P/D, где

Rd - ставка драйвера затрат; P - объем затрат по процессу; D - драйвер затрат (число операций).

В итоге получаем сумму трудовых затрат на изготовление конкретного продукта. Сумма работ, затраченная на производство продукта, является его себестоимостью. Эти расчеты и есть третий этап методики АВС.

Для более точного представления данного метода, необходимо обозначить его положительные и отрицательные стороны.[4, с.12]

Достоинства применения метода АВС можно назвать следующие:

- простота использования;
- эффективное планирование и контроль затрат;
- оптимальное распределение ресурсов в результате акцентирования внимания на наиболее значимых элементах затрат;
- выступает действенным механизмом оценки прибыльности производства отдельных видов продукции в условиях высокой конкуренции и позволяет менеджменту компании отслеживать поведение кост-драйверов, оказывающих непосредственное влияние на величину и динамику накладных расходов компании;
- организация учета по центрам ответственности.

Вместе с тем, метод АВС не лишен и недостатков:[4, с. 16]

- сложно определить кост-драйвер затрат, непосредственно не связанных с производством и, следовательно, для которых использование производственных костдрайверов является весьма спорным и скорее неприемлемым;
- он не вполне корректно позволяет распределять затраты по аренде, коммунальные расходы, расходы по амортизации зданий и сооружений и некоторые другие. Для упомянутых затрат более оправдано применение традиционных методов калькулирования;
- затраты на внедрение и ведение управленческого учета методом АВС могут превысить преимущества от его использования, заключающиеся, в более детальном и обоснованном распределении накладных расходов компании.

Таким образом, можно сказать, что АВС-модель является усовершенствованным методом учета затрат, объединенная в единый комплекс проверенные и новые идеи. АВС позволяет учитывать затраты на тех предприятиях, где традиционные методы уже не справляются. Однако проблема адаптации концепции АВС к современным российским экономическим условиям является достаточно актуальной, так как на сегодняшний день, все еще достаточно малое количество предприятий используют данный метод из-за малоквалифицированных специалистов, больших затратов на первоначальное внедрение метода, а также рисков получения убытка.

Список литературы

1. Баринова О. И. Классификация затрат // Молочнохозяйственный вестник. Экономика и экономические науки. – 2014. – №1. – 91с.
2. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: учебник / В.Б. Ивашкевич.-3-е изд., - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 448 с.
3. Керимов В.Э. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы : учебник / В.Э. Керимов. -9-е изд.- Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 384с.
4. Корнев Г. Н. Модифицированный анализ структуры себестоимости продукции / Г. Н. Корнев // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – №13. -29с.

© Гончарова А.В., Татарченко В.М., 2019

УДК 004

АВТОМАТИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММ 1С

СИДАВСКАЯ ВИКТОРИЯ ВЛАДИМИРОВНА

магистрант кафедры учёта, анализа и аудита
Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь, Республика Крым, Россия

Научный руководитель: Егорченко Татьяна Ивановна
к.э.н., доцент
Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,

Аннотация. В данной статье рассмотрена роль автоматизации бухгалтерского учета и методы внедрения автоматизированных систем бухгалтерского учета в торговые организации на примере программных продуктов компании 1С.
Ключевые слова: автоматизация учета, автоматизированные системы учета, торговая организация, торговля, программы 1С.

AUTOMATION OF ACCOUNTING ACCOUNT IN TRADE ORGANIZATIONS ON THE EXAMPLE OF 1C PROGRAMS

Sidavskaya Victoriya Vladimirovna

Annotation. This article discusses the role of accounting automation and methods of implementing automated accounting systems in trade organizations using the example of 1C software products.
Keywords: accounting automation, automated accounting systems, trade organization, trade, 1C programs.

В основе предпринимательской деятельности торговых организаций и индивидуальных предпринимателей лежат отношения по продаже произведенных, переработанных или приобретенных товаров, а также по выполнению работ, оказанию услуг, связанных с продажей товаров. Торговля подразделяется на следующие виды: оптовая торговля и розничная торговля.

Оптовая торговля - это форма торговли, осуществляемая в целях последующего использования товаров в предпринимательской деятельности или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним потреблением и иным подобным использованием.

Розничная торговля - это форма торговли, которая заключается в продаже в небольшом количестве продовольственных и непродовольственных товаров, предназначенных для личного (некоммерческого) потребления. Данная форма торговли является очень значимой для национальной экономики, она динамично развивается, ее развитие служит показателем уровня и качества жизни населения.

Разница между данными видами заключается в объемах продаваемой продукции. Конечно же, при этом существует разница в бухгалтерском учете. Ведь в рознице сторонами сделки, как правило, выступает организация-продавец и физическое лицо-покупатель, а в оптовой торговле продукцию по-

купают другие юридические лица или индивидуальные предприниматели. В первом случае практикуется наличный расчет, а во втором — безналичный. Все это нужно учитывать при ведении бухгалтерского учета.

В большинстве организаций, занимающихся торговлей (за исключением индивидуальных предпринимателей и некоторых других категорий лиц), необходимо полноценное ведение бухгалтерского учета, включающего в себя как оперативный учет, так и заполнение учетных регистров и формирование бухгалтерской отчетности [1].

Ведение бухгалтерского учета всегда считалось сложным и очень трудоемким процессом, не допускающим каких-либо технологических ошибок, а в случае допущений таких ошибок учетный процесс осложнялся и замедлялся еще больше, так как большой период времени учет велся вручную. Однако в современных реалиях ведение учета в его традиционных формах - мемориально-ордерной или журнально-ордерной – встречается достаточно редко, как и другие формы бумажного ведения учета [2].

В век активного развития информационных технологий во всех отраслях, в том числе и в экономике, широко применяется внедрение так называемых автоматизированных систем бухгалтерского учета (АСБУ). Данные системы на российском рынке разрабатывают разные фирмы (1С, Галактика, ПаритетСофт, корпорация Парус и др.), однако самыми распространенными и часто используемыми являются программные продукты фирмы 1С [3], на их примере и рассмотрим внедрение учета. Таких программ немало, рассмотрим три из них: 1С:Предприятие, 1С:Розница и 1С:Управление торговлей (табл. 1).

Таблица 1

Сравнение программ 1С для торговли

Название конфигурации	Краткая характеристика	Стоимость внедрения
1С: Предприятие 8.3	Программа для ведения полноценного учета не только торговли, но и всех участков деятельности предприятия	Базовая версия – 4800 руб.; полные версии – от 13 000 руб.
1С:Управление торговлей 11.4	Автоматизирует оперативный и управленческий учет, анализ планирование торговых операций, повышая эффективность деятельности торгового предприятия	Базовая версия – 6700 руб.; полные – от 22 600 руб.
1С:Розница 2.2	Программа предназначена для автоматизации бизнес-процессов розничных торговых точек (магазинов), как самостоятельных, так и входящих в распределенную розничную сеть.	Рекомендованная цена – от 3300 руб.

Выбор оптимального варианта программы 1С для торговой организации сугубо индивидуален и зависит от множества факторов, таких, как размер предприятия, величина товарооборота и т.п. Если рассматривать программу 1С: Розница, то она подойдет мелким розничным магазинам, точкам продаж, которые находятся на специальных режимах налогообложения, имеют низкий уровень товарооборота и небольшой объем учетной работы. Значимыми достоинствами этого варианта для таких фирм является, в первую очередь, самая низкая стоимость продукта, поддержка систем скидок, дисконтных и подарочных карт, подарок клиентам, что достаточно распространено в современной торговле. Такая программа будет полезна и крупным предприятиям в целях автоматизации принадлежащих ей розничных торговых точек [4].

Программа 1С: Управление торговлей может оказаться наименее полезной малой торговой организации, так как имеет самую высокую стоимость среди рассмотренных вариантов. Такой вариант подойдет более крупным по масштабу организациям, имеющим несколько складов и торговых точек, а также отделы закупок и продаж. Чаще всего 1С: Управление торговлей применяется как дополнительная конфигурация к 1С:Предприятие в крупной торговой фирме, или фирме, одновременно осуществляющей и оптовую, и розничную торговлю. Если предприятие торговли имеет одну торговую точку, но

достаточно большой объем товарооборота и полученной прибыли, а также немалый штат сотрудников, и в связи с этим большой объем учетной работы, то такому предприятию целесообразнее внедрить традиционную версию – 1С: Предприятие, которая позволит автоматизировать не только торговые операции, но и весь учетный процесс в целом.

Таким образом, автоматизация учета в розничной и оптовой торговле – необходимое для предприятия новшество, без которого все сложнее вести эффективную торговую деятельность. Оптово-розничным торговым компаниям рекомендуется выбирать тот программный продукт, который максимально будет обеспечивать решение их потребностей.

1С:Розница – специализированная кассовая программа для несетевых и сетевых магазинов.

1С:Управление торговлей– программа для оптовых компаний среднего размера и тех, кому требуются сложное ценообразование и ячеистый склад, бэк-офисов магазинов, управляющих компаний торговых сетей и интернет-магазинов.

Внедрение эффективных систем бухгалтерского учета на таких предприятиях позволит быстро и эффективно осуществлять не только сам учетный процесс, но и управление затратами, сбытом, системами скидок, наценок, подарков и другими инструментами для организации торговли в современных условиях.

Список литературы

1. Кузнецова О.Н., Ермакова Л.В., Дедова О.В. Организация учета эффективных продаж на предприятии // Экономика. Социология. Право. 2016. №2. С. 15-19.

2. Организационное и методологическое обеспечение бухгалтерского учета в системе экономической безопасности хозяйствующих субъектов. Хоружий Л.И., Катков Ю.Н., Глушак Н.В., Глушак О.В., Карзаева Н.Н., Мельгуй А.Э., Ермакова Л.В., Кузнецова О.Н., Дедова О.В., Ковалева Н.Н., Дворецкая Ю.А. Иркутск, 2017. – 134 с.

3. Гудкова О.В., Ермакова Л.В., Мельгуй А.Э. Роль информационных технологий в построении учетно-аналитической системы предприятия // Бюллетень науки и практики. 2016. № 5 (6). С. 116-121.

4. Ермакова Л.В., Дворецкая Ю.А., Ковалева Н.Н. Модель оптимизации финансово-учетной системы предприятия // Экономика. Социология. Право. 2017. №2(6). С. 29-35.

© Т.И. Егорченко, В.В. Сидавская, 2019

УДК 338.5

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА ABC НА ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

БЕЗНОЩЕНКО МАРИЯ ВИКТОРОВНА

магистрант
Кубанский государственный технологический университет

Аннотация: Статья посвящена использованию ABC-метода в системе управления затратами предприятия. Рассмотрено практическое применение методики при расчете себестоимости единицы продукции предприятия, занимающегося производством и оптовой продажей санитарно-технического оборудования. Выявлены основные направления повышения эффективности производственной деятельности.
Ключевые слова: накладные расходы, метод ABC, условия применения, носители и драйверы затрат, себестоимость единицы продукции.

PRACTICAL APPLICATION OF THE METHOD ABC MANUFACTURING COMPANY

Abstract: The article is devoted to the application of ABC-method in the cost management system of the enterprise. The practical application of the method in the calculation of the unit cost of production of the enterprise engaged in the production and wholesale of sanitary equipment is considered. The main directions of increase of efficiency of production activity are revealed.
Keywords:overhead, ABC method, application conditions, media and cost drivers, unit cost.

В современных условиях при выявлении резервов экономии ресурсов одно из основных мест занимают накладные расходы. При этом традиционно методы учета затрат на производство, в частности распределения накладных расходов, не позволяют установить эффективность деятельности подразделений организации, продемонстрировать имеющиеся на практике ситуации, когда на больший объем производимой продукции приходится меньшая часть соответствующих затрат, а на меньший объем – большая часть [1]. Некорректный подсчет себестоимости может привести к выработке искаженной стратегии производственной деятельности. Поэтому с целью определения структуры накладных расходов, а, следовательно, и себестоимости продукции необходимо распределить ресурсы по видам деятельности, осуществляемым организацией.

Рассмотрим целесообразность применения метода ABC на примере организации, занимающейся производством и продажей санитарно-технического оборудования. Как правило, эффективность внедрения данного метода зависит от особенностей предприятия, указанных на рисунке 1.

Согласно данным рисунка 1 на предприятии существуют разнообразные виды накладных расходов, как производственных, так и непроизводственных, которые в отчетном периоде составляют 59 % от общей доли затрат. Поэтому необходимо выделение из основных расходов косвенных и распределение их по видам деятельности и продукции.

Эффективность применения метода ABC обуславливается высоким уровнем накладных расходов, распределение которых по видам деятельности позволяет оценить результативность, как отдельных видов продукции, так и производственных процессов в целом. По результатам применения методики прослеживается взаимосвязь между действиями, осуществляемыми для выпуска продукции и величиной затрат.

Условия применения метода АВС	Специфика деятельности предприятия
Существенная доля производственных и непроизводственных накладных расходов.	Доля общепроизводственных (общецеховых расходов, расходов по содержанию и эксплуатации оборудования) и общехозяйственных расходов является существенной в сравнении с прямыми затратами на эксплуатацию основного оборудования.
Разнообразие производственных накладных расходов.	Расходы на обслуживание, наладку и текущий ремонт оборудования. Расходы на обслуживание производственных подразделений. Расходы на транспортное обслуживание. Расходы на исследования и испытания. Расходы на охрану и т.д.
Разнообразие непроизводственных накладных расходов.	Расходы на содержание работников аппарата управления предприятия и его обособленных подразделений (структурных единиц). Расходы на содержание обслуживающих подразделений Прочие хозяйственные расходы на управление.

Рис. 1. Оценка необходимости применения метода АВС для промышленного предприятия

Проведя анализ организации производственного процесса компании, определено, что основной продукцией цеха бетонных изделий являются лотки для водоотведения. В соответствии с методом АВС сначала проводится расчет прямых затрат, связанных с производством лотков марок DN 100, DN 150, DN 300 в таблице 1.

Таблица 1

Прямые затраты на продукцию цеха бетонных изделий

Вид продук-ции	Количество единиц продукции, шт.	Прямые материальные затраты на единицу продукции, руб	Всего прямых материаль-ных затрат, руб	Прямая заработная плата на единицу продукции, руб	Всего прямая заработ-ная плата, руб	Всего прямых затрат, руб
DN 100	8403	642	5394726	219	1840257	7234983
DN 150	5572	1262	7031864	723	4025556	11060420
DN 300	1731	1594	2759214	707	1223817	3983031

На основании данных, представленных в таблице 1 можно сделать выводы. Наибольшее количество лотков за июнь 2017 г. произведено марки DN 100, общее количество готовой продукции составило 8403 шт. Прямые материальные затраты на единицу продукции 642 руб, заработная плата производственных рабочих на единицу продукции равна 219 руб. Большая доля прямых затрат приходится на производство лотков марки DN 150, сумма прямых затрат на данный вид продукции составила 11060420 руб. Меньше всего за рассматриваемый период произведено лотков марки DN 300, так прямые материальные затраты на этот вид продукции составили 2759214 руб, а затраты на оплату труда равны 1223817 руб.

Следующим этапом применения методики ABC является расчет драйвера затрат по видам деятельности. На предприятии основными видами деятельности, направленными на производство продукции в части накладных затрат являются: эксплуатация основного оборудования, транспортировка, хранение, управление и обслуживание производства. Рассмотрим основные драйверы затрат и их значение в таблице 2.

Таблица 2

Виды деятельности и соответствующие имносители затрат

Виды деятельности	Драйверы затрат	Значение драйвера затрат для DN 100	Значение драйвера затрат для DN 150	Значение драйвера затрат для DN 300
Эксплуатация основного оборудования	руб/машино-часы	6744	4472	1389
Транспортировка	руб/транспортировка	54	36	11
Хранение	руб/чел-ч.	72	48	15
Управление производством	руб/чел-ч.	533	354	110
Обслуживание производства	руб/обслуживание	999	662	206

Согласно данным таблицы 2 основными видами деятельности, среди которых распределяются накладные расходы, являются: эксплуатация основного оборудования, транспортировка, хранение, управление производством, обслуживание производства.

Далее необходимо рассмотреть распределение затрат по видам деятельности и по типам продукции в таблице 3.

Таблица 3

Распределение затрат по видам деятельности и типам продукции

Виды деятельности	Затраты всего, руб	Затраты на DN 100, руб	Затраты на DN 150, руб	Затраты на DN 300, руб
Эксплуатация основного оборудования	8555920	2050283	4342463	2163174
Транспортировка	69015	16538	35028	17449
Хранение	91565	21942	46473	23150
Управление производством	767408	162090	434303	171015
Обслуживание производства	1267183	303659	643145	320379
Всего затрат	10751091	2554512	5501412	2695167

Согласно данным таблицы 3 всего накладные расходы на производство лотков водоотводных марок DN 100, DN 150 и DN 200 составили 10751091 руб. На эксплуатацию основного оборудования приходится 8555920 руб, затраты на транспортировку изделий составили 69015 руб, расходы хранение продукции на складе равны 91565 руб. Затраты на управление производством, в которые вошли командировочные расходы, расходы на оплату труда работников аппарата управления и затраты на подбор персонала составили 767408 руб. На обслуживание производства за июнь 2017 г. потребовалось расходов равных 1267183 руб.

Следующим шагом является определение себестоимости единицы продукции. Произведем рас-

чет себестоимости каждого вида изделий в таблице 4.

Таблица 4

Расчет себестоимости единицы продукции лотков водоотводных

Затраты	Вид продукции		
	DN 100	DN 150	DN 300
Прямые затраты, руб	861	1 985	2 301
Накладные затраты, руб	304	987	1557
Всего затрат, руб	1 165	2 972	3 858

Таким образом, согласно проведенному анализу, очевидно, что в среднем 33 % расходов приходится на накладные затраты. Среди них 80% идет на эксплуатацию основного оборудования, обслуживание производства занимает 12 % и по 1 % расходов приходится на хранение и транспортировку изделий. Согласно данным таблицы 4 среди основных лотков большая часть накладных затрат на единицу производства понесена на марку DN 300. Следовательно, в целях дальнейшего управления производственным процессом необходимо рассмотреть эффективность продажи единицы изделия, скорректировать объемы производства и пересмотреть накладные расходы. Применение метода АВСв системе управления себестоимостью продукции позволит организовать эффективную систему управления затратами предприятия и обеспечит основу роста прибыльности деятельности.

Список литературы

1. Сохарева Н.А., Мокеева Е.В., Захорецкая О.С. Распределение и анализ накладных расходов методом АВС// Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2013. № 5 (53). С. 28.

УДК 657.6

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО АУДИТА В РОССИИ И США

СКИФСКАЯ АННА ЛЕОНИДОВНА,
к.с.н., доцент
ИГНАТЬЕВ ВЛАДИСЛАВ АЛЕКСАНДРОВИЧ
Студент
ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»

Аннотация: статья посвящена особенностям проведения государственного аудита в Российской Федерации и Соединенных Штатах Америки. Сравнительного анализа проведения аудита и различий, а также проблемам эффективного проведения аудита в государственной системе.
Ключевые слова: аудит, аудиторская деятельность, Счётная Палата, государственный финансовый контроль, государственный аудит, Главное Контрольное Управление, Управление общего контроля, генеральный контролер.

FEATURES OF THE STATE AUDIT IN RUSSIA AND THE USA

Skifskaya Anna Leonidovna,
Ignatiev Vladislav Aleksandrovich

Abstract: this article is devoted to the peculiarities of the state audit in the Russian Federation and the United States of America. Comparative analysis of the state audit and differences, as well as the problems of effective audit in the state system.
Key words: audit, auditing, Accounts Chamber, state financial control, state audit, Main Control Department, General Control Department, general controller.

Актуальность рассматриваемой темы определена тем, что еще недавно от государственного административного подхода к проверкам, до преобразований в экономике предопределили подход к проверкам на основании международного опыта. Между тем наша система проверки преобразовалась, но в свое самобытности осталось прежней, как и в советские времена. Тем не менее зарубежный опыт США наглядно показывает нашей стране абсолютно новый подход и систематизацию проверки, который в значительной степени определяет ее эффективность.

Государственный аудит в России регулируется в своей деятельности ФЗ «О Счетной палате Российской Федерации» от 05.04.2013 № 41-ФЗ (в ред. от 07.02.2017 г.) задача которого регулировать проведение проверок в госструктурах в отношении правомерности использования бюджетных средств [1]. Главная идея государственного аудита заключается в создании действенного механизма контроля органов исполнительной власти по выполнению ими государственных функций и эффективному использованию государственных ресурсов. Тем не менее финансовое законодательство России не занимает ни одну из указанных позиций, оставляя неопределенным соотношение аудита и контроля и не разре-

шая многочисленные коллизии между Федеральным законом от 05.04.2013 № 41-ФЗ «О Счетной палате Российской Федерации» [1], подзаконными актами, содержащими термин «аудит» и Федеральным законом от 30.12.2008 г. № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» [2]. Наличие указанных неопределенностей в понятиях, в свою очередь, не позволяет полноценно урегулировать и без того запутанные вопросы соотношения финансового контроля и государственного аудита. [3]

Государственный аудит в США представляет собой систему регулирующих органов с самостоятельным статусом, являющиеся частью правовой государственной системы и значимой частью всего механизма регулирования баланса полномочий между президентом (исполнительной властью) и Конгрессом (законодательной властью).

Если сравнить с нашей системой, то функции Счетной палаты в США выполняет Главное контрольное управление (далее ГКУ).

ГКУ имеет более широкие полномочия в отличие Счетной палаты к которым относятся:

- оценка и мониторинг государственных мероприятий и программ, осуществляемых на базе действующего законодательства. Где оценка проводится либо по просьбе Конгресса, либо по просьбе Полномочного комитета Палаты представителей, Сената или Объединенного комитета обеих палат;

-разработка методов анализа данных для оценки соответствия поставленных целей с достигнутыми результатами;

-поддержка комитетов, включая генеральные комитеты Конгресса США, включая оценку и анализ программ контроля;

-выработка рекомендаций Конгрессу в части оценки государственных мероприятий и программ и методов мониторинга.

Управляет деятельностью Главного контрольного управления специально уполномоченного лица по контролю, называемого Генеральным контролером. Его назначает Президент Соединенных Штатов на срок 15 лет. Процесс назначения генерального контролера состоит из трех.

Первый этап — создание специальной комиссии, состав которой формируется наравне с представителями обеих сторон и обеих палат. В состав этого Комитета входит представитель президента Соединенных Штатов. Вся эта процедура проводится Конгрессом США [5].

На следующем этапе президент США выбирает наиболее подходящие условия для всех кандидатов. Принимая во внимание все характеристики. В настоящее время завершается процедура составления Главного контрольного управления по голосованию членов Сената по предлагаемым кандидатам в президенты. Контролер должен отвечать определенным требованиям, таким как беспартийное членство, запрет на политическую деятельность партии в любой форме, запрет на проведение какой-либо должности в государственном аппарате по истечении срока полномочий. Главное управление управления включает 7 крупных отделов, 4 из которых являются «программными» отделами. У них есть группы для определенных областей, таких как транспорт, сельское хозяйство, оборона и т. д. Каждая область возглавляется арт-генералом, который подчиняется так называемым старшим аудиторам, и они, в свою очередь, являются постоянными аудиторами. Вместе с департаментами Управление общего контроля также включает такие отделы, как Управление общего экономиста, Управление Генерального совета и Специальная следственная служба.

Основной контроль и управление имеют свою собственную филиальную сеть, которая имеет 14 филиалов в крупных городах США и один европейский филиал во Франкфурте-на-Майне и один из Дальнего Востока в Гонолулу. Из Закона о бюджетном и финансовом контроле следует все содержание полномочий органов, осуществляющих финансовый контроль; действующим главным регулирующим органом, который подчиняется только Конгрессу США, главный контрольный орган предоставил право проверять деятельность всех государственных органов. За исключением специальных органов, таких как ЦРУ и ФБР, правительственные программы и контракты, а также частные корпорации и фирмы, которые заключили эти контракты [5].

Основными полномочиями Главного управления являются:

— мониторинг и оценка государственных программ и мероприятий, осуществляемых в соответствии с действующим законодательством;

— поддержка различных комитетов, в том числе общих комитетов обеих палат;

— введение позиции по предлагаемым законопроектам и задачам, а также работы по разработке методов анализа информации, которые позволят измерить соответствие достигнутым целям и достигнутым результатам;

— разработка рекомендаций Конгрессу в области методов и технологий для мониторинга и оценки государственных программ и мероприятий [6].

Что касается Конгресса США, то его мандат заключается в утверждении бюджета и распределении средств для всех действий правительства. Это позволяет обеспечить баланс между доходом и расходами бюджета, то есть фактически дает вам возможность контролировать деятельность всей исполнительной власти.

Так, государственный финансовый контроль как в России, так и в США играет важную роль в функционировании государства, которое квалифицируется как функция социального управления и правового регулирования. Основной целью финансового контроля в обеих странах является обеспечение эффективности процесса формирования и расходования средств в процессе организации публичного права[4].

Если говорить о финансовом контроле в нашей стране, то следует отметить, что за последние 28 лет его роль значительно возросла. Это связано с тем, что роль налогов значительно выросла, что является основным источником доходов в доходной части бюджета.

Таким образом, сейчас как никогда существует объективная потребность в разработке и совершенствовании правового регулирования организации и деятельности органов государственного контроля. Это связано с тем, что активность финансового контроля в России продолжает оставаться слабой. Поэтому необходимо разработать и улучшить действующее законодательство. Он должен способствовать разработке методологической основы терминологической однородности и механизма формирования и функционирования всей системы финансового контроля. Одним из основных вопросов является устранение неполноты в формировании правовой базы государственного контроля. В ближайшем будущем на законодательном уровне необходимо решить основные задачи, полномочия и рамки каждого органа финансового контроля. На взгляд автора, улучшение и развитие нынешней системы государственного аудита должно происходить при качественном анализе, обработке, извлечении конкретных выводов и использовании зарубежного опыта. Это может быть выражено либо в частичном, либо в полном тестировании определенных областей этой практики. Одной из основных задач финансового контроля является установление мер взаимной согласованности, исключая изоляцию и самодостаточность финансового контроля на любом уровне исполнительной власти. Если данная проблема будет решена, то можно сказать об успешном формировании интегрированной системы финансового контроля в России. Развитие информационных технологий также оказывает сильнейшее воздействие на развитие государственного аудита в США, и эта страна являются мировым лидером по внедрению данных технологий. Неудивительно, что в настоящее время закладываются основы «аудита будущего», процедуры которого могут кардинально отличаться от процедур, известных на сегодняшний день.

Данное обстоятельство свидетельствует о том, что при разработке концепции реформы аудита необходимо уделить особое внимание обязательному внедрению современных информационных технологий в практику государственного аудита. Применение данных технологий позволит радикально повысить эффективность государственного финансового аудита.

Список литературы

1. Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ (ред. от 31.12.2017) «Об аудиторской деятельности» // Консультант плюс. – URL.: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online

2. Федеральный закон от 05.04.2013 N 41-ФЗ (ред. от 07.02.2017) «О Счетной палате Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.06.2017) // Консультант плюс. – URL.: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online

3. Смагина А. Ю. Проблемы разграничения понятий при проведении государственного контроля в РФ // Бюллетень науки и практики. 2016. №17. С.102-105.
4. Носова С. С. Государственный финансовый контроль: Сущность и формы проявления. - М.: Экономика, 2017. - 450 с
5. Организация государственного финансового контроля в США // Аудит. – 2017. - № 4. – С.18
6. Румянцева Е. Е., Ванстейн М. Развитие аудиторской деятельности в США: проблемы, поиски, решения. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=22885540

УДК 33

АУДИТ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

МАМАЕВ ТЕЛЬМАН АДАЛЕТОВИЧ

магистрант 2 курса направления «Аудит и финансовый консалтинг»
Экономического факультета
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»

Научный руководитель: Магомедова Зухра Омаршаевна,
к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»

Аннотация. В данной статье рассматривается осуществление государственного финансового контроля в России. Изучается Федеральный закон от 30 декабря 2008 года № 307-ФЗ « Об аудиторской деятельности», деятельность работы саморегулируемой организации аудиторов. Как мы знаем для осуществления правильной работы экономической сектора компании и правильности осуществления бухгалтерского учета осуществляет внутренний контроль. Внутренний контроль компании осуществляет служба внутреннего аудита.
Ключевые слова: аудит, финансовый контроль, Федеральный Закон, стандарты, саморегулируемые организации, внутренний аудит, аудитор.

AUDIT IN MODERN RUSSIA

Mamaev T. A.,
Omarshaevna Z. O.

Annotation. This article discusses the implementation of state financial control in Russia. The Federal Law dated December 30, 2008 No. 307-ФЗ “On Auditing”, the work of the self-regulating organization of auditors is being studied. As we know for the implementation of the correct work of the economic sector of the company and the correctness of the accounting exercise carries out internal controls. The internal control of the company is carried out by the internal audit service.
Keywords: audit, financial control, Federal law, standards, self-regulatory organizations, internal audit, auditor.

Основная часть

Финансовый контроль подразделяется на государственный, внутрихозяйственный, общественный и независимый (аудит). Аудит, согласно Федеральному закону от 30 декабря 2008 года № 307-ФЗ "Об аудиторской деятельности"-является независимой проверкой, то есть предпринимательской деятельностью, осуществляющая на свой страх и риск с целью получения прибыли. С другой стороны, контролируют деятельность, затрагивающая интересы государства, поскольку законодательством предусмотрены случаи обязательного аудита. Интересно, что в статье 13 Федерального закона от 30.12.2008 года № 307-ФЗ "Об аудиторской деятельности" отмечается, что аудиторы и аудиторские фирмы при осуществлении аудиторской деятельности имеют право определять форму и методы проведения аудита. Необходимость построения системы государственного аудита в РФ признана на самом высоком уровне. В Основе стратегического планирования в РФ, утвержденных Указом Президента

РФ от 12 декабря 2009 № 536.[1]

Важность построения системы государственного аудита в РФ признана на самом высоком уровне. В Основах стратегического планирования в России, принятого Указом Президента Российской Федерации от 12.05.2009 № 536.

5 апреля 2013г. Президент РФ подписал новый ФЗ "О Счетной палате Российской Федерации". Этот закон является логическим завершением работы по созданию системы внешнего государственного финансового контроля.

Термин "государственный финансовый аудит" ясно не описан в законодательстве, но рассматривая статью 14 ФЗ от 05 апреля 2013 N41-ФЗ" О Счетной палате Российской Федерации", сделаем вывод, что этот закон является государственным финансовым контролем. В первую очередь в целом, государственный аудит реализует государственные интересы, которые направлены на мониторинг использования и сохранения государственных финансовых ресурсов, эффективности их использования, правильности определения потребности в бюджетных средствах, достоверности бухгалтерского учета и финансовой отчетности и т. д. [2, с.50]. Государственный аудит в настоящее время проводится Счетной палатой Российской Федерации, контрольно-счетными органами субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления.[2]

Государственное регулирование аудита на сегодняшний день в основном ограничивается разработкой государственной политики и нормативно-правовым регулированием в области аудита, ведением государственного реестра саморегулируемых организаций аудиторов, анализом состояния рынка аудиторских услуг в России.

Саморегулируемые организации аудиторов (СРО) –некоммерческие организации, созданные на основе членства в целях обеспечения условий осуществления аудиторской деятельности. Предусмотрено обязательное членство аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов в СРО, а несоблюдение этого условия с 1 января 2010 года запрещает заниматься аудиторской деятельностью.

Функция организации квалификационного экзамена с 1 января 2011 года переходит в единую аттестационную комиссию, которая создана совместно всеми СРО. Федеральным законом Минфином России выполнен переход от лицензирования аудиторской деятельности к саморегулированию аудиторской профессии. В это время аудиторским обществом созданы и функционируют в настоящее время саморегулируемые организации аудиторов: НП "Аудиторская палата России", НП "Институт профессиональных аудиторов", НП "Московская аудиторская палата", НП "Российская коллегия аудиторов", НП "Аудиторское объединение Содружество". [3, с.49]

В 2010-2011 гг. утверждены Министерством финансов РФ новые десять федеральных стандартов аудиторской деятельности (ФСАД) на основе действующих международных стандартов аудита. ФСАД посвящены развитию аудиторского заключения, внешнему контролю качества аудиторских организаций, обсуждению недобросовестных мероприятий в процессе аудита, проверке соблюдения аудируемым лицом требований НПА, аудиторским доказательствам и аудиторским особенностям отчетности, составленной по специальным правилам и особенностям аудита отдельной части отчетности. Пять стандартов утратили свою силу после разработки новых стандартов. Согласно состоянию на 1 декабря 2014 года на базе международных стандартов аудита создано 38 федеральных стандартов, из которых 43 стандарта.[3]

На сегодняшний день отечественным компаниям необходимо не только избежать риска, но и заранее его предугадать. Для чего необходимо осуществлять непрерывный контроль за работой компании, наблюдать за правильной работой экономического сектора, а кроме того за правильностью ведения бухгалтерского финансового учета и отчетности. Отсюда появляется необходимость в применении эффективного компонента внутреннего контроля, который сможет обеспечить руководителям досто-

[1] Об аудиторской деятельности: Федеральный закон Российской Федерации от 30.12.2008 N 307-ФЗ

[2] Научная электронная библиотека –КиберЛенинка. Журнал “Международный бухгалтерский учет”. Статья на тему: Развитие государственного аудит в Российской Федерации. Толчинская М. Н., Ахмедова Л. А. 2015г.

[3] Научная электронная библиотека –КиберЛенинка. Журнал “ Проблема учета и финансов”. Статья на тему: Развитие аудита в России. С. В. Черемисина. 2014г.

верную информацию о работе фирмы. Данным элементом является отдел внутреннего аудита. На сегодняшний день внутренняя проверка стал ещё более актуален во всем мире. Его формированию уделяется масса внимания, вследствие того что внутренний аудит считается конкурентоспособным преимуществом и эффективным инструментом увеличения качества деятельности фирмы. В российской практике данное понятие зафиксировалось не так давно. Понятие внутренний аудит является составной составляющей внутреннего контроля , исполняемый согласно решению органов управления организацией с целью контроля и анализа хозяйственной деятельности» [4, с.100].

Внутренний аудит на сегодняшний день начал содержать в себе экономическую диагностику, определение стратегии формирования, управление рисками в информационном пространстве. По - другому, аудит начал осуществлять функцию гаранта эффективности СВК (системы внутреннего контроля) в ходе управления рисками.[4]

Итак, исходя из данной работы стало понятно, что финансовый контроль подразделяется на 4 группы: государственный, общехозяйственный, общественный, аудит. Аудит регулируется согласно ФЗ от 30 декабря 2008 года № 307-ФЗ "Об аудиторской деятельности". Рассмотрено чем занимаются саморегулируемые организации аудиторов и осуществление внутреннего аудита внутри организации.

Список литературы

1. Об аудиторской деятельности: Федеральный закон Российской Федерации от 30.12.2008 N 307-ФЗ;
2. Научная электронная библиотека –КиберЛенинка. Журнал “Международный бухгалтерский учет”. Статья на тему: Развитие государственного аудит в Российской Федерации. Толчинская М. Н., Ахмедова Л. А. 2015г.
3. Научная электронная библиотека –КиберЛенинка. Журнал “ Проблема учета и финансов”. Статья на тему: Развитие аудита в России. С. В. Черемисина. 2014г.
4. Научная электронная библиотека –КиберЛенинка. Журнал “Инновационная наука”. Статья на тему: Внутренний аудит В России и перспективы развития. Е.Э. Казанцева, И. Б. Романова, 2017г.

[4] Научная электронная библиотека –КиберЛенинка. Журнал “Инновационная наука”. Статья на тему: Внутренний аудит В России и перспективы развития. Е.Э. Казанцева, И. Б. Романова, 2017

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

УДК 336

К ВОПРОСУ О СПЕЦИАЛЬНЫХ НАЛОГОВЫХ РЕЖИМАХ И ИХ ЗНАЧЕНИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РФ

БАБКО ДАНИЛ ИГОРЕВИЧ,
ТРОШЕВ БОГДАН МИХАЙЛОВИЧ,
студенты 4 курса; факультета ЭиФ,
САВИЦКИЙ АРТЁМ АЛЕКСЕЕВИЧ
студент 3 курса; факультета ТД, РГЭУ (РИНХ),
г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

Аннотация: Статья посвящена становлению специальных налоговых режимов в налоговой системе РФ. Рассмотрены основные этапы развития системы налогообложения для субъектов малого и среднего предпринимательства. Показаны роль и влияние введения таких режимов налогообложения на эффективное развитие малого и среднего бизнеса в России.
Ключевые слова: налогообложение; специальные налоговые режимы; субъекты малого предпринимательства.

THE QUESTION OF SPECIAL TAX REGIMES AND THEIR SIGNIFICANCE FOR THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS IN RUSSIA

Babko Daniel Igorevich,
Troshev Bohdan Mikhailovich,
Savitsky Artem Alekseevich

Abstract: The article is devoted to the formation of special tax regimes in the tax system of the Russian Federation. The main stages of development of the tax system for small and medium-sized businesses are considered. The role and impact of the introduction of such tax regimes on the effective development of small and medium-sized businesses in Russia are shown.
Keywords: taxation; special tax regimes;small businesses..

Развитие экономики государства существенно зависит от эффективно действующей налоговой системы. Значимым элементом российской налоговой системы являются специальные налоговые режимы (СНР), оказывающие непосредственное воздействие на деятельность субъектов малого и среднего бизнеса. При применении вышеуказанных режимов предполагается замена налогов, которые предусмотрены ст. 13–15 НК РФ, одним налогом.

В том случае, когда хозяйствующий субъект имеет соответствующее право, переход с применяемой по умолчанию (в соответствии с требованиями НК РФ) общей системы налогообложения на предполагаемый СНР осуществляется добровольно.

Становление и развитие в России рыночной экономики способствовали быстрому росту числа

субъектов малого и среднего предпринимательства, усилению их значения. В этой связи потребовалось совершенствование государственного регулирования деятельности субъектов малого бизнеса, в том числе через систему налогообложения.

В этом процессе выделяют две основные ступени.

Первая ступень (01.01.1996–31.12.2002) — становление систем налогообложения применительно к данным субъектам, введение упрощенной системы налогообложения (УСН) и системы налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД), направленной на повышение собираемости налогов в специфических сферах предпринимательства, где имеются некоторые трудности при осуществлении налогового контроля над реальными доходами налогоплательщика [1, С.1160].

Необходимо отметить, что главным достоинством перехода хозяйствующих субъектов на УСН стало уменьшение налоговой нагрузки ввиду замены уплаты некоторых налогов (налога на прибыль и др.) уплатой единого налога. Но также необходимо отметить, что появляются и негативные моменты, так, например, освобождение от НДС препятствует реализации продукции организациям-контрагентам, применяющим общую систему налогообложения (ОСН), так как для них принять НДС со стоимости продукции такого рода к вычету становится невозможно.

Главным достоинством введенной новой УСН стало значительное уменьшение налоговой нагрузки, обусловленное тем, что несколько федеральных (НДС, НДФЛ и др.), региональных (налог на имущество организаций) налогов, которые составляли значительную часть налогового бремени, заменены уплатой единого налога.

Вторая ступень (с начала 2003 г. по настоящее время) — этап изменения, последующего укрепления и развития систем налогообложения для субъектов малого предпринимательства. Вторую ступень можно условно разделить на три периода.

Для тех субъектов, которые перешли на УСН, были приняты следующие меры поддержки: расширение перечня расходов, которые можно стало учитывать в целях налогообложения, повышение предела суммы годового дохода, разрешение ежегодно изменять объект налогообложения. На основании Федерального закона от 21.07.2005 No 101-ФЗ в гл. 26.2 НК РФ была введена ст. 346.25.1, благодаря чему было возвращено право ИП применять УСН на основе патента. Кроме того, на ИП, применяющих патентное налогообложение, была возложена обязанность при определении всех основных элементов налога руководствоваться положениями гл. 26.2 НК РФ. [2, С.403]

Согласно данным Росстата, в результате применения вышеуказанных мер за 2003–2011 гг. увеличилось общее количество зарегистрированных малых предприятий на 945,5 тыс., или на 106,13 %. Более того, с 2006 по 2012 г. на 132 802,69 млн руб. (или на 237,12 %) возросло поступление в бюджет по единому налогу, уплачиваемому в связи с применением УСН. Необходимо отметить, что в общем объеме поступлений по уплачиваемым в связи с использованием СРН налогам доля вышеуказанных поступлений возросла с 50,88 до 69,62 %.

Однако нельзя не сказать и о недостатках УСН: данный режим не позволяет обеспечить увеличение собираемости налогов в специфических сферах бизнеса (там, где расчеты ведутся наличными денежными средствами или без применения кассовых аппаратов), в результате чего появляется возможность искусственного занижения реальных доходов налогоплательщика, что усугубляется трудностями при проведении налогового контроля. Для решения указанной проблемы с целью увеличения налоговых поступлений в таких сферах предпринимательской деятельности был введен ЕНВД.

В целях эффективного применения данного режима были приняты следующие меры: изменены физические показатели, значения базовой доходности, а также перечень корректирующих коэффициентов. Кроме того, было произведено значительное расширение видов деятельности, для которых возможно применение ЕНВД [3, С.57].

Главным достоинством перевода на ЕНВД стало снижение налоговой нагрузки, которое было достигнуто при помощи замены уплаты целого ряда различных налогов уплатой ЕНВД.

Механизмы совершенствования УСН на основе патента (в период с 01.01.2007 по 31.12.2012 г.) способствовали повышению уровня популярности и распространению данной системы среди индивидуальных предпринимателей, в результате чего произошло заметное увеличение сумм налоговых по-

ступлений в бюджет. Базируясь на данных ФНС России, можно сделать вывод, что за 2006 г. поступления от УСН на основе патента составляли лишь 2 923 тыс. руб., т. е. 0,005 % от общей суммы по- ступлений по УСН, а в 2012 г. они составили 415 347 тыс. руб., т. е. 0,22 % от общей суммы поступлений по УСН3.

Для обеспечения наиболее выгодных экономических условий предпринимательской деятельности субъектов малого предпринимательства предусмотрен СНР в виде УСН, который является наиболее распространенным, в связи с тем, что существенно упрощает работу налогоплательщиков, кроме того, уменьшает налоговое бремя.

Малый и средний бизнес является значимой частью экономики России. Деятельность его представителей не только способствует насыщению рынка требуемыми товарами и услугами, но и позитивно влияет на занятость (в том числе самозанятость) населения, реализацию экономической свободы граждан и их предпринимательских качеств, развитие регионов и выравнивание региональных различий, то есть имеет не только экономический, но и существенный социальный эффект. Активизация данного бизнеса — важный фактор экономического роста и социального совершенствования российского государства. В этой связи актуальным и целесообразным видится дальнейшее реформирование отечественной налоговой системы в части налогообложения малого и среднего бизнеса таким образом, чтобы способствовать его развитию.

Список литературы

1. Алексейчева Е.Ю., Куломзина Е.Ю., Магомедов М.Д. Основные аспекты налогового контроля в Российской Федерации // Экономика и предпринимательство. 2015. No 12–2 (65–2). С. 1159–1165.
2. Куломзина Е.Ю., Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю. Состояние и перспективы развития малого и среднего бизнеса в России // Экономика и предпринимательство. 2016. No 11–2 (76–2). С. 399–408.
3. Курочкина Н.В. Исторический анализ становления и развития специальных налоговых режимов для субъектов малого предпринимательства в налоговой системе Российской Федерации // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2014. No 16. С. 51–62.

© Бабко Д.И., Трошев Б.М., Савицкий А.А. 2019 г.

УДК 33.02

НАЛОГОВАЯ РЕФОРМА И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

ПЬЯНЗИНА ОЛЬГА ИВАНОВНА
преподаватель
ОГАПОУ «Алексеевский колледж»

Аннотация: В статье рассматривается действующая льготная система налогообложения хозяйствующих субъектов занятых в аграрном секторе. Вступившие в силу изменения налогового законодательства по единому сельскозяйственному налогу (ЕСХН), отмена льготы по НДС, новые условия освобождения, преимущества и недостатки при уплате НДС. Дифференцированная ставка по ЕСХН, косвенное государственное регулирование и поддержка микро и малых форм предпринимательства.
Ключевые слова: налоговая реформа 2019г., единый сельскохозяйственный налог, система налогообложения, отмена льготы по НДС, дифференцированная ставка ЕСХН.

TAX REFORM AND TAXATION OF AGRICULTURAL PRODUCERS

Pyanzina Olga Ivanovna

Abstract: The article deals with the current preferential system of taxation of economic entities employed in the agricultural sector. Amendments to the tax legislation on the unified agricultural tax (UAT), the abolition of VAT benefits, new exemption conditions, advantages and disadvantages in the payment of VAT have entered into force. Differentiated rate on eschn, indirect state regulation and support of micro and small forms of entrepreneurship.
Keywords: tax reform of 2019, unified agricultural tax, tax system, abolition of VAT benefits, differentiated rate of the unified agricultural tax.

Поправки к фискальному законодательству вступившие в действие с 01.01.2019 года означают начало нового витка масштабных налоговых реформ. Основные изменения - это рост косвенных налогов НДС, акцизов на топливо и сигареты. Кроме этого, появляется новый режим для самозанятых, отменен ряд льгот, увеличивается налоговой нагрузки на малый бизнес [5].

Для плательщиков ЕСХН до 1 января 2019 года, в отличие от общей системы налогообложения действовало освобождение от уплаты налога на прибыль организаций, НДФЛ, НДС (кроме НДС, который уплачивают при ввозе товаров на территорию РФ), налог на имущество (за исключением объектов имеющих кадастровую стоимость). То есть, до начала налоговой реформы 2019года, вместо этих налогов сельхозпроизводители-аграрии платили всего один налог ЕСХН. Действующая ставка ЕСХН составляла всего 6% от разницы между доходами и расходами.

В системе ведения налогового учета с 1 января 2019года, произошли существенные изменения в

порядке исчисления и уплаты ЕСХН. Рассмотрим особенности ЕСХН в текущем году, который можно назвать переходным. Плательщики единого сельскохозяйственного налога с 1 января 2019 года признаются налогоплательщиками налога на добавленную стоимость [2]. Организация налогового учета по НДС, обязывает знать нормы законодательства, порядок ведения регистров налогового учета по НДС (счета-фактуры, книги покупок, книги продаж, журналы учета полученных и выставленных счетов-фактур, порядок формирования и предоставления налоговой отчетности по НДС, механизмы возврата и уплаты НДС). Вместе с тем, у аграриев остается право на освобождение от уплаты НДС, которые можно реализовать, выполнив ряд условий. В соответствии с абзацем вторым пункта 1 статьи 145 НК РФ, плательщики ЕСХН, имеют право на освобождение от исполнения обязанностей налогоплательщика НДС, при условии, что указанные лица переходят на уплату единого сельскохозяйственного налога и реализуют право, предусмотренное данным абзацем, в одном и том же календарном году, либо при условии, что за предшествующий налоговый период ЕСХН сумма полученного дохода от реализации товаров (работ, услуг) при осуществлении видов предпринимательской деятельности, в отношении которых применяется указанная система налогообложения, без учета налога, не превысила в совокупности: 100 миллионов рублей за 2018 год, 90 миллионов рублей за 2019 год, 80 миллионов рублей за 2020 год, 70 миллионов рублей за 2021 год, 60 миллионов рублей за 2022 год и последующие годы. Для получения освобождения от НДС, налогоплательщик подаёт в налоговую инспекцию письменное уведомление, не позднее 20 числа месяца, с которого планируется получить освобождение. Если у плательщика ЕСХН, доходы по результатам 2018 г. не превысили 100 млн. руб., то не позднее 21 января 2019г., он должен подать в налоговую инспекцию уведомление об освобождении от уплаты НДС в 2019году. Далее, рассмотрим особенности, преимущества и недостатки исчисления и уплаты НДС плательщиками ЕСХН [2].

Преимущества: расширение сферы бизнеса (выставленные счета-фактуры с выделенным НДС привлекут дополнительных контрагентов - плательщиков НДС); возможность получения плательщиками ЕСХН налогового вычета по НДС.

Недостатки: дополнительные налоговые риски по организации и ведению налогового учета, (счета-фактуры, книги покупок, продаж, декларация по НДС); увеличение расходов на организацию электронного документооборота при представлении налоговой декларации по НДС в электронном виде в налоговые органы; дополнительная налоговая нагрузка – платить НДС; зависимость от объема полученного дохода за год, при получении льготы - освобождения по НДС; регулярная подача уведомлений для получения льготы по НДС [4].

Нельзя однозначно определить преимущества и недостатки принятых изменений, и их последствия в отношении каждого плательщика ЕСХН. Однако в настоящий момент данные изменения в большей степени коснуться тех организации, у которых объемы дохода превышают 100 млн. руб. Для более «мелких» сельскохозяйственых товаропроизводителей, с доходом менее 100 млн. рублей особых изменений не произошло, за исключением обязанности подать уведомление на право освобождения в налоговые органы в начале 2019 года.

С 1 января 2019 года изменения коснулись и действующей ставки в размере 6%. Положениями ст. 346.8 НК РФ законами субъектам Российской Федерации предоставлено право, устанавливать дифференцированные налоговые ставки, в пределах от 0 до 6 процентов для всех или отдельных категорий налогоплательщиков. Правовые положения ст. 346.2 НК РФ дают право субъектам Российской Федерации устанавливать дифференцированные налоговые ставки, в зависимости от видов производимой сельскохозяйственной продукции, работ, услуг; от размера доходов от реализации произведенной, переработанной собственной сельхозпродукции, а также дохода от выполненных работ и услуг; от места ведения предпринимательской деятельности; от средней численности работников. Данные меры могут позволить регионам устанавливать «налоговые каникулы» по уплате ЕСХН, с учетом особенностей сельскохозяйственной отрасли в различных субъектах Федерации [3].

Как видим, субъектам Российской Федерации, дано право, дифференцировать налоговые ставки, однако размер пониженной дифференцированной ставки вряд ли обеспечит существенное снижение налоговой нагрузки, если аграрий – плательщик НДС. Практически в каждой совершенной ими финан-

сово-хозяйственной операции присутствует доля НДС. Вместе с тем, дифференцированная ставка способна снизить налоговую нагрузку, но только у тех плательщиков ЕСХН, которые получили «налоговые каникулы» от региона и не платят НДС. Таким образом, осуществляется косвенное государственное регулирование и поддержка микро и малых форм предпринимательства по ведению бизнеса и созданию новых рабочих мест. Рассмотренные вопросы налогообложения, изменения налогового законодательства и как следствие изменение налоговой нагрузки, требуют тщательного изучения в каждом конкретном случае, для каждого хозяйствующего субъекта. Выполняя налоговое планирование и анализ системы налогообложения плательщик – аграрий, сможет эффективно использовать: систему налогообложения в виде ЕСХН; освобождение от НДС; применять дифференцированные ставки, получать государственную поддержку; снизить налоговые риски устранить существующие ограничения по развития бизнеса. Начало налоговых реформ, столь существенный пересмотр фискальной политики обусловлен, с одной стороны, началом очередного политического цикла, а с другой - увеличением инвестиций в экономику в ближайшие годы. Рост нагрузки, как тактическое направление налоговой политики необходимо государству для формирования дополнительных финансовых потоков, для успешной реализации заявленных национальных проектов, и достижения стратегической цели - обеспечение роста экономики России [5].

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (Ч.2). - от 05.08.2000 г.117-ФЗ [Электронный ресурс].– Режим доступа:http:// www.zakonrf.info/nk/346.2/
2. Федеральный закон «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации от 27.11.2017 N 335-ФЗ (последняя редакция)»: [Электронный ресурс].– Режим доступа: http://www.consultant.ru/
3. Федеральный закон от 7 марта 2018 г. N 51-ФЗ "О внесении изменения в статью 346.8 части второй Налогового кодекса Российской Федерации" Гарант. РУ: [Электронный ресурс].– Режим доступа: http://www.garant.ru/
4. ЕСХН и НДС в 2019 году //Главбух: [Электронный ресурс].– Режим доступа www.glavbukh.ru/art/96051-eshn-nds-2019
5. Новое бремя: как изменятся налоги в 2019 году//Новости Хабаровска на DVHAB.RU[Электронный ресурс].– Режим доступа https://www.dvnovosti.ru /khab/ 2019/01/04/

©О.И.Пьянзина, 2019

УДК 33.011

СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

ПЬЯНЗИНА ОЛЬГА ИВАНОВНА,
преподаватель
ДОРОХИНА АНАСТАСИЯ ВЛАДИМИРОВНА
студент
ОГАПОУ «Алексеевский колледж»

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы применения общего и специального режима налогообложения (ЕСХН), уточняются понятия: сельскохозяйственная продукция, сельскохозяйственное производство, сельскохозяйственный товаропроизводитель.
Ключевые слова: система налогообложения, единый сельскохозяйственный налог, сельскохозяйственный товаропроизводитель, сельскохозяйственная продукция, сельскохозяйственное производство.

THE SYSTEM OF TAXATION OF AGRICULTURAL PRODUCERS

Pyanzina Olga Ivanovna,
Dorokhina Anastasia Vladimirovna

Abstract: the article deals with the application of the General and special taxation regime (STS), clarifies the concepts: agricultural products, agricultural production, agricultural producers.
Keywords: taxation system, unified agricultural tax, agricultural commodity producer, agricultural products, agricultural production.

Обеспечение населения качественными, полноценными продуктами питания – это залог здоровья населения, жизнедеятельности, продовольственной безопасности любого государства. Именно важность, значения аграрного сектора, объясняет то, что во многих странах сельхозтоваропроизводители получают государственную поддержку - в виде грантов, субсидий, дотаций, налоговых льгот.

Система налогообложения в виде ЕСХН, предназначена для поддержки хозяйствующих субъектов занимающихся в аграрном секторе. Именно развитие сферы обращения сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия способно обеспечить развитие рынка сельскохозяйственной продукции, сырья, продовольственную безопасность в стране.

При рассмотрении вопросов налогообложения организаций, функционирующих в сфере аграрного сектора, следует учитывать то, что для них налоговым законодательством Российской Федерации предусмотрена возможность добровольного выбора системы налогообложения.

Первая система, являющееся основной, широко используется большинством организаций, вне зависимости от их вида коммерческой деятельности и предусматривает уплату федеральных, региональных и местных налогов. Данную общую систему налогообложения могут применять также и нало-

гоплательщики, которые работают в сфере аграрного бизнеса – где они занимаются производством, реализацией, оказанием услуг, переработкой сельскохозяйственной продукции, и иными видами коммерческой деятельности.

Вторая система налогообложения является специальным или же льготным режимом налогообложения, в виде единого сельскохозяйственного налога (ЕСХН), позволяющим серьезно снизить налоговую нагрузку хозяйствующего субъекта. Льготная система может применяться налогоплательщика если их основной вид деятельности - сельскохозяйственное производство, то есть они занимается производством и реализацией сельскохозяйственной продукции, являются сельскохозяйственными товаропроизводителями.

Для более полного изучения вопроса применения общего или специального режима налогообложения (ЕСХН) требуется уточнение понятий: вида деятельности - сельскохозяйственное производство; статуса – сельскохозяйственный товаропроизводитель; вида продукции - сельскохозяйственная.

Совокупность видов экономической деятельности по выращиванию, производству и переработке соответственно сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, в том числе оказание соответствующих услуг определяет понятие сельскохозяйственного производства [2].

Налоговый кодекс РФ ст. 346. 3 дает определение, что следует относить к виду сельскохозяйственной продукции [1]. Конкретные виды продукции определяются Правительством Российской Федерации в соответствии с Общероссийским классификатором продукции по видам экономической деятельности [4]. В частности, это продукция растениеводства сельского и лесного хозяйства, продукция животноводства, (в том числе полученная в результате выращивания и доращивания рыб и других водных биологических ресурсов, уловы водных биологических ресурсов, рыбная и иная продукция из водных биологических ресурсов, рыбная и иная произведенная на судах рыбопромыслового флота продукция из водных биологических ресурсов, добытых (выловленных), произведенная на судах рыбопромыслового флота, а также за пределами исключительной экономической зоны Российской Федерации) и др.

Опредебление сельскохозяйственного товаропроизводителя, применяющего льготный режим налогообложения при уплате единого сельскохозяйственного налога (ЕСХН) содержится ст. 346. 2 НК РФ [1]. Однако если организация использует общий режим налогообложения, то его статус как сельскохозяйственного товаропроизводителя, положениями НК РФ юридически не определен.

Федеральный закон № 264-ФЗ от 29 декабря 2006г. «О развитии сельского хозяйства», по мнению К.О. Борисовой содержит ключевое определение «сельскохозяйственного производителя» [4]. Пункт 1 статьи 3 вышеназванного закона № 264-ФЗ гласит, что сельскохозяйственными товаропроизводителями признаются организация, индивидуальный предприниматель, осуществляющие производство сельскохозяйственной продукции, ее первичную и последующую (промышленную) переработку (в том числе на арендованных основных средствах) в соответствии с перечнем, утверждаемым Правительством Российской Федерации, и реализацию этой продукции при условии, что в общем доходе сельскохозяйственных товаропроизводителей доля от реализации этой продукции составляет не менее чем семьдесят процентов в течение календарного года [2].

Данное определение не вступает в противоречия с положениями ст. 346.2 НК РФ и может быть использовано при определении «сельскохозяйственного производителя» как плательщиками льготного специального режима (ЕСХН), так и налогоплательщиками, применяющими общий режим налогообложения [1].

Таким образом, при рассмотрении процесса налогообложения конкретного агрария важны - его статус как товаропроизводителя, организационно - правовая форма, вид деятельности, вид и объем реализуемой продукции, ряд иных факторов и показателей, позволяющих определить возможность налоговой оптимизации и повышение эффективности финансово - хозяйственной деятельности.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (Ч.2). - от 05.08.2000 г.117-ФЗ [Электронный ресурс].– Режим доступа:http:// www.zakonrf.info/nk/346.2/

2. Федеральный закон от 29.12 2006 года № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства» N 264-ФЗ (последняя редакция): [Электронный ресурс].– Режим доступа: http://www.consultant.ru/

3. Постановление Правительства РФ от 25.07.2006 N 458 (ред. от 31.03.2017) «Об отнесении видов продукции к сельскохозяйственной продукции и к продукции первичной переработки, произведенной из сельскохозяйственного сырья собственного производства»: [Электронный ресурс].– Режим доступа: http://www.consultant.ru/

4. Борисова К.О/ Как подтвердить статус сельхозтоваропроизводителя/ К.О Борисова // Справочник бухгалтера. [Электронный ресурс].- Режим доступа: https://obd2bluetooth. ru/kak-podtverdit-status-selhoztovaroproizvodit elja/

УДК 336

АНАЛИЗ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ РФ. ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ И ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

КУБЕДИНОВА СУСАННА АЙДЕРОВНА
студентка группы 21ФК
Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Ялта

Аннотация. В данной статье рассматривается анализ налоговой системы Российской Федерации, проблемы налогообложения в Российской Федерации и пути их преодоления, на основе научных публикаций известных ученых.
Ключевые слова: налоги, налогообложение, Российская Федерация, налоговая система, налоговая политика.

ANALYSIS OF THE RUSSIAN TAX SYSTEM. ISSUES OF TAXATION AND WAYS OF THEIR OVERCOMING

Kubedinova Susanna Ayderovna

Abstract. This article examines the analysis of the tax system of the Russian Federation, the problems of taxation in the Russian Federation and ways to overcome them, based on scientific publications of famous scientists.
Key words: taxes, taxation, Russian Federation, tax system, tax policy.

Налоговая политика многих стран мира, зависит от курса национальной валюты. Соотношение рубля к основным зарубежным валютам отобразим на рис. 1.1.

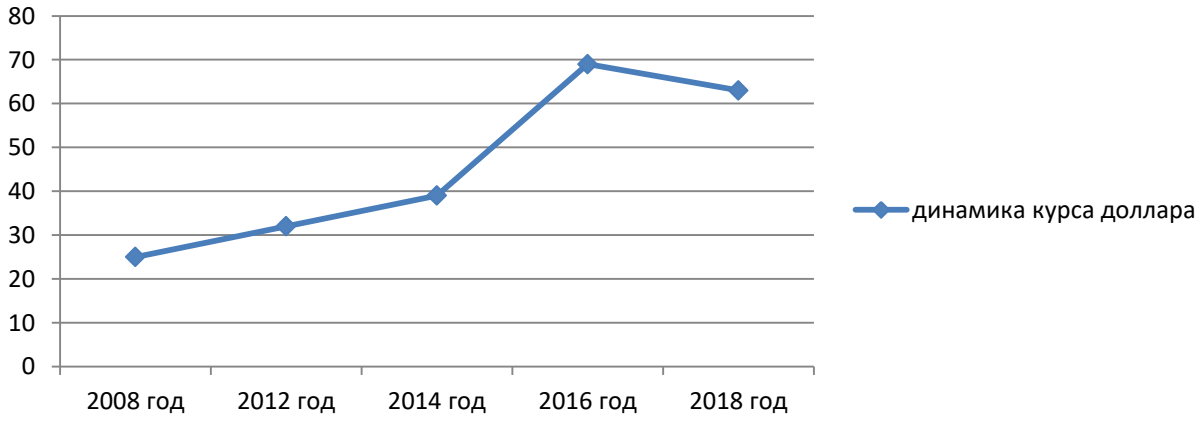


Рис. 1.1. Динамика среднегодового курса рубля к доллару

Если же говорить о динамике валютного курса евро относительно рубля, то за последние годы можно наблюдать следующую динамику, отображенную на рис. 1.2.

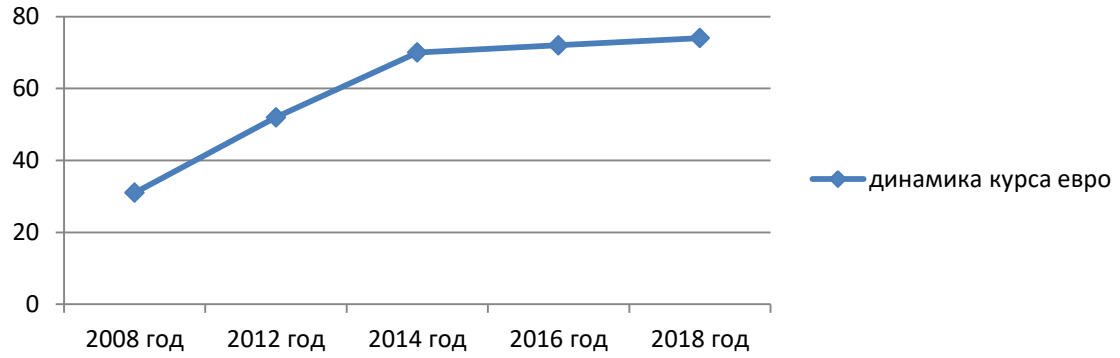


Рис. 1.2. Динамика среднегодового курса рубля к евро

Как можно заметить из данных рис. 1.2, за последние годы можно наблюдать рост евро относительно рубля. Ученые прогнозируют в ближайшей перспективе падение евро и стабилизацию данного показателя на уровне 65-70 единиц.

Располагая отчетами Министерства финансов РФ о показателях федерального бюджета РФ за 2013-2017 годы, мы можем проанализировать основные показатели его развития.

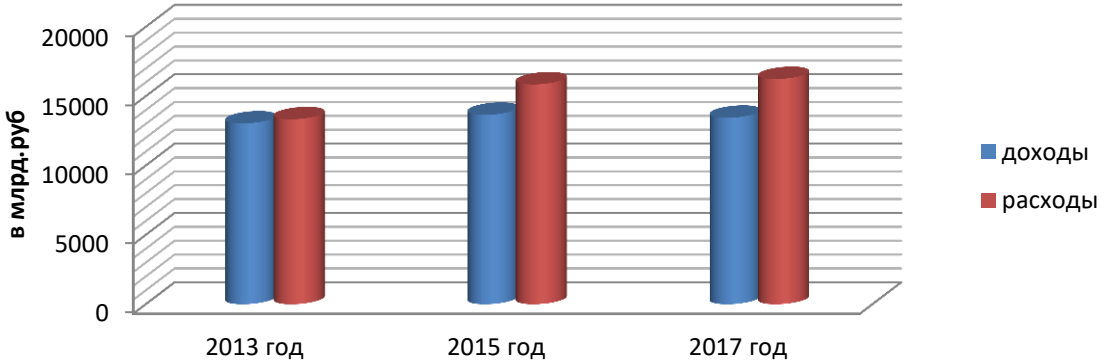


Рис. 1.3. Структура федерального бюджета РФ за 2013-2017 годы в млрд. руб.

Данные рис. 1.4. наглядно показывают, что в структуре федерального бюджета РФ за последние годы можно наблюдать дефицит бюджета, так как расходная часть существенно превышает объем доходных поступлений.

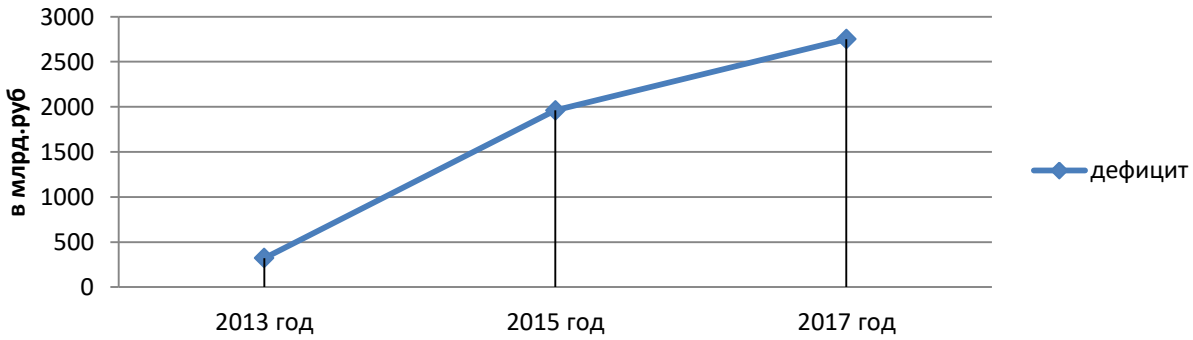


Рис. 1.4. Динамика дефицита бюджета РФ в млрд. руб.

Если же более детально переходить к рассмотрению структуры доходной части бюджета РФ, то можно сказать о том, что в нее входят нефтегазовые и не нефтегазовые доходы. Общая динамика данных доходов представлена на рис. 1.5.

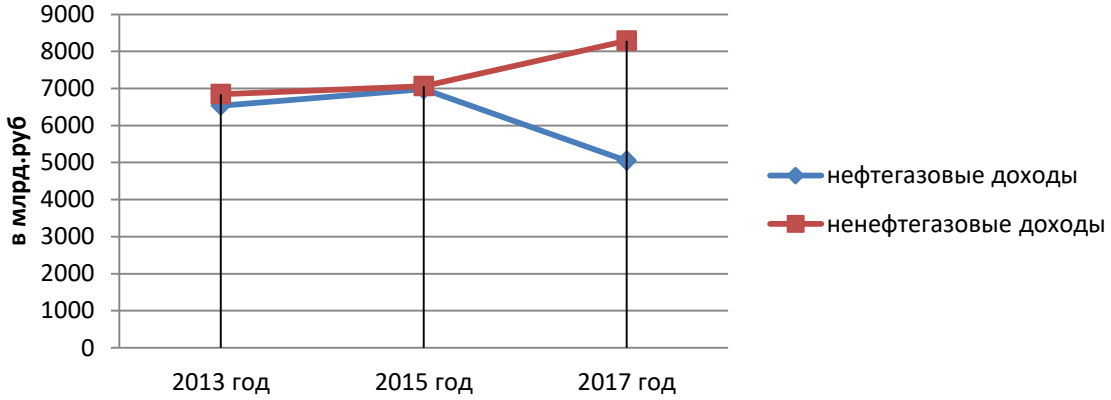


Рис. 1.5 Структура доходной части бюджета Российской Федерации

Экономическая нестабильность мирового хозяйства негативно отразилась на уровне доходов бюджета, существенно снизив показатель нефтегазовых доходов с отметки в 6534 млрд дол в 2013 году до показателя в 5050 в 2017 году.

Переходя к структуре не нефтегазовых доходов отобразим ее динамику и основные категории доходов в табл. 1.1.

Таблица 1.1

Динамика показателей НДС, налога на прибыль и акцизов в млрд. руб.

-	2013 год	2015 год	2017 год
НДС (внутренний)	1868,2	2448	2957
Налог на прибыль	461	527,2	652
Акцизы	352	491,4	501

Данные табл. 1.1 являются наглядным отражением того, что в системе не нефтегазовых доходов преобладают такие категории как:

а) НДС.

б) Налог на прибыль.

Проведем исследование доходной части бюджета Российской Федерации по показателям импортных доходов – НДС ввозимого, акцизы на ввозимые товары, акцизные пошлины и иные показатели. Данные представим в таблице 1.2.

Таблица 1.2

Динамика показателей доходов бюджета Российской Федерации, связанных с импортом

-	2013 год	2014 год	2017 год
НДС на ввозимые товары	1670	1750	1963.6
Акцизы на ввозимые товары	63	71.6	64
Пошлины	683	652	553
Прочие	1386	1475	2275

И опять же, как и в рассматриваемой раннее таблице, в системе импортных доходов РФ преоб-

ладает НДС на ввозимые товары.

Наряду с увеличением доходной части бюджета РФ можно наблюдать и рост расходной части, динамика которой отображена на рис. 1.6.

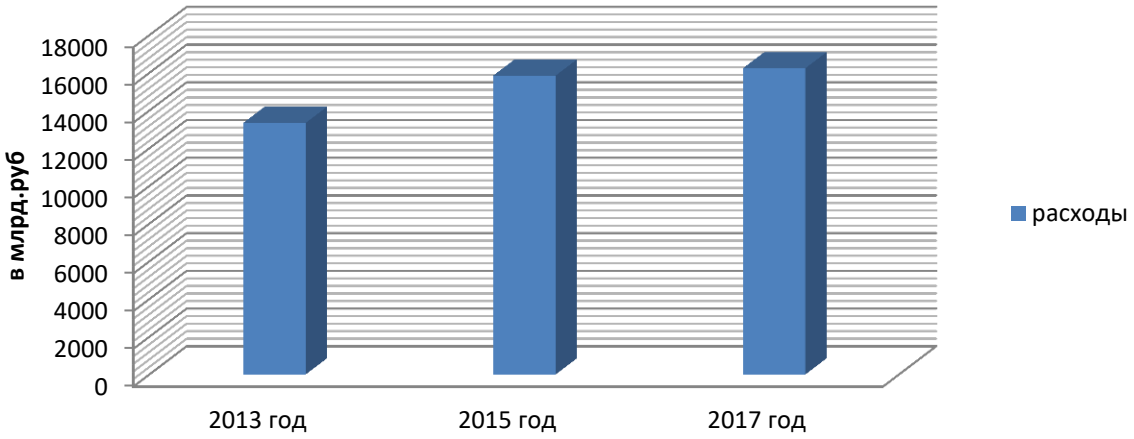


Рис. 1.6. Динамика расходов бюджета Российской Федерации в млрд. руб.

Если же рассматривать расходы бюджета Российской Федерации за анализируемый период более детально по основным статьям расходов, то в общем виде их можно отобразить на рис. 1.7.

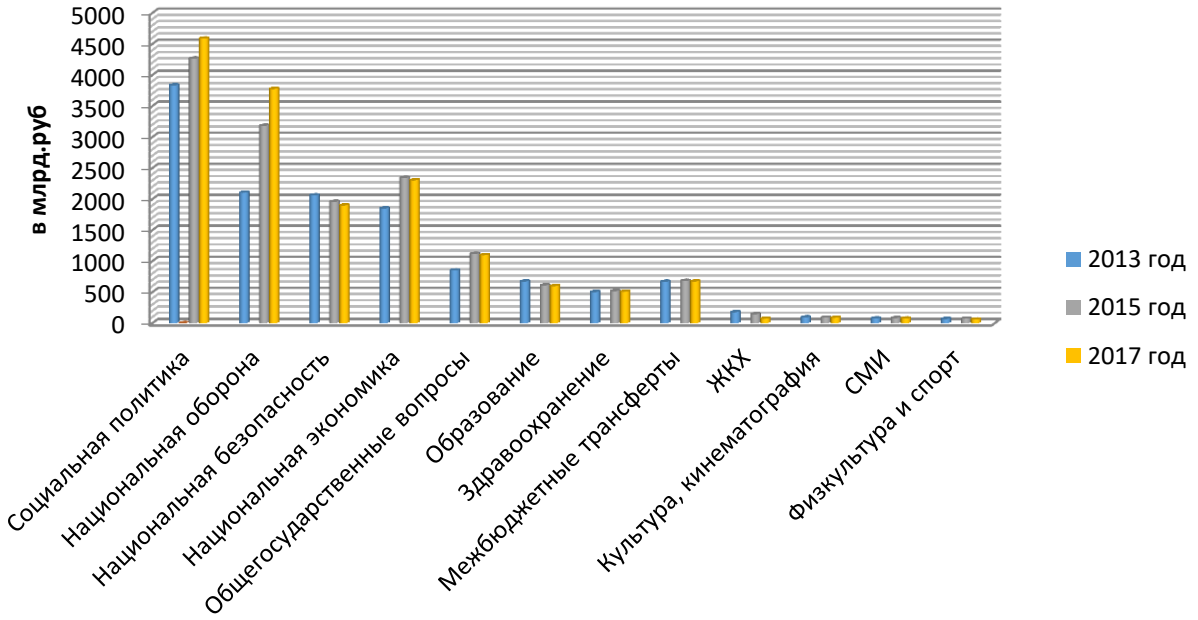


Рис. 1.7. Статьи расходов бюджета Российской Федерации за 2013 -2017 годы в млрд. руб.

Как можно заметить из данных предложенным выше рисунком, в совокупной системе расходов федерального бюджета основными статьями расходов являются:

а) Социальная политика;
б) Национальная оборона;
в) Национальная безопасность и т.д.

Причем, расходы по данным направлениям существенно выросли за последние годы и опережают все остальные статьи целевого расходования бюджетных средств.

На эффективное развитие и функционирование бюджета РФ в условиях развития мировой эко-

номики, оказывают влияние ряд факторов, среди которых:

а) Экономические санкции, введенные в отношении РФ западными странами. Данные санкции ограничивают экономические возможности страны в условиях мирового хозяйства, снижая торгово-финансовые показатели.

б) Падение цен на энергоресурсы. Основные страны мира, в том числе и РФ, очень сильно зависят от нефтегазового сектора. В этой связи, резкие перепады котировок цен на топливо наносят серьезный удар по бюджету и всей национальной экономике страны.

в) Мировая напряженность. Данный фактор выражается в том, что Правительству РФ необходимо перестраивать бюджетно-налоговую политику, ориентируя ее вместо социально-общественного вектора, в сторону урегулирования мирового хозяйства и налаживая мировых соглашений с крупнейшими странами мира.

В системе налогообложения РФ можно выделить ряд проблем, которые сформировались за последние годы:

а) Фискальный характер налоговой политики. Данный аспект характеризуется затруднением регулирующей и стимулирующей функций налогообложения.

б) Неоптимальность налоговых ставок по ключевым видам налогов.

в) Низкий контроль за эффективностью сборов налогов, в связи с чем, бюджет государства недополучает достаточно большое количество средств.

г) Обширный спектр налоговых льгот и вычетов по различным категориям и т.д [1, с.9].

На сегодняшний день, на налоговые поступления от НДС приходится более 40% от всех налоговых поступлений в бюджет государства. Если же говорить о том, на сколько выросла доля налоговых поступлений в бюджете страны за длительный временной отрезок, то здесь можно сказать о увеличении с уровня в 37,39% до 41,09%.

Для того, чтобы преодолеть вышеназванные негативные тенденции, которые ведут к дестабилизации национальной экономики РФ и снижают показатели эффективности бюджета, необходимо:

а) Контролировать целевое расходование бюджетных средств.

б) Усовершенствовать действующее бюджетное законодательство.

в) Улучшение инвестиционного климата за счет упрощения системы налогового администрирования.

г) Развивать и инвестировать сферу технологий и инноваций, которые повысят не только статус страны в мировом рейтинге, но и снизят зависимость России от цен на сырье и т.д.

д) Поддерживать малое и среднее предпринимательство и т.д [2, с.9].

Можно выделить несколько путей решения проблем в сфере межбюджетных отношений Российской Федерации. К данным направлениям можно отнести:

а) Расширение полномочий региональных и местных органов власти в бюджетно-налоговой сфере.

б) Совершенствование межбюджетного механизма распределения налоговых поступлений между федерацией и регионами на долгосрочной основе.

в) Контроль за целевым использованием бюджетных средств и межбюджетных трансфертов в субъекты и регионы.

г) Ужесточение наказания за нецелевое использование бюджетных средств и т.д [3, с.9].

Важным моментом является формирование системы оперативного и гибкого реагирования на текущие изменения рыночной конъюнктуры и корректировки проводимой долговой политики согласно наиболее достоверным краткосрочным прогнозам.

В последнее время, в РФ и законодательных органах власти в частности, не утихают споры относительно того, как оптимизировать налоговые поступления в бюджет страны, какая ставка по налогу на добавленную стоимость является оптимальной и т.д.

Обобщив все мнения относительно данных споров и обсуждений можно сформулировать ряд перспективных направлений, которые позволят сделать систему налогообложения в РФ более рациональной:

а) Введение единой ставки НДС на уровне от 14 до 17%. Данное направление позволит устранить бухгалтерские ошибки, которые возникают в большом количестве и так или иначе связаны с объектами налогообложения. Введение единой ставки позволит облегчить проведение процедуры налогового аудита и проверок.

б) Совершенствование механизма налогового администрирования.

Экспертами предлагаются следующие меры:

1) Максимальное сближение налогового и бухгалтерского учета;

2) Специальная регистрация плательщиков и т.д.

в) Проведение процедуры переориентации налоговой системы от функционирующей в данный момент к сбалансированной модели, в основе которой будет преобладать доля прямых налогов над косвенными.

г) Ужесточение процедуры контроля и надзора за сбором и уплатой налогов и т.д.

Реализация данных направлений позволит оптимизировать налоговую систему страны и сделать ее рациональной в условиях современного мирового хозяйства.

Выводы. Налоговая система является одним из важнейших элементов регулирования и обеспечения жизнедеятельности всякого государства. Продуктивность ее существования и реализации оценивается экономическим состоянием, уровнем влияния различных политических сил, налоговой культурой, предпочтениями и достижениями экономической науки и пр. Существенное развитие системы налогообложения происходит как оптимальное соотношение прямых и непрямых налогов в зависимости от конкурентоспособности и экономического состояния конкретного государства.

Список литературы

1. Кораев А.Б. Развитие налоговой системы РФ: текущее состояние и перспективы развития // Банковское дело. -2014. - № 3. –С. 24-58.

2. Лукьянов О.П., Овчинникова Н.Э. Развитие налоговой системы РФ // Финансы и кредит. - 2014. - № 1 - С. 6-19.

3. Пансков В.Г. Налоги и налогообложение. Практикум: учебное пособие для вузов / В. Г. Пан¬сков, Т. А. Левочкина. — М.: Издательство Юрайт. - 2015. — 319 с.

УДК 330

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

ТИМОФЕЕВ НИКОЛАЙ НИКОЛАЕВИЧ,
к.э.н., доц.,
ЯРЦЕВА МАРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА,
ВОЕВОДИНА ЮЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА
Студенты
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

Аннотация: В статье рассмотрены особенности налогообложения некоммерческих организаций в России в соответствии с Налоговым кодексом российской федерации. Также описываются налоговые льготы, которые могут быть представлены образовательным учреждениям в сфере налогообложения организации.
Ключевые слова: образование, налог, налогообложение, льготы.

FEATURES OF THE TAXATION OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Timofeev Nikolai Nikolaevich,
Yartseva Maria Alexandrovna,
Voevodina Julia Alexandrovna

Abstract: The article deals with the peculiarities of taxation of non-profit organizations in Russia in accordance with the Tax code of the Russian Federation. It also describes the tax benefits that can be provided to educational institutions in the field of taxation of the organization.
Keywords: education, tax, taxation, benefits.

Некоммерческая образовательная организация должна иметь лицензию на право ведения образовательной деятельности в соответствии с теми целями, ради которых она и создавалась.

Налог – обязательный индивидуальный безвозмездный платеж, взимаемый с юридических или физических лиц в форме отчуждения денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства. Основными налоговыми функциями являются: пополнение бюджета государства, перераспределение налоговых средств, контроль за своевременной и полной уплатой средств в бюджет, поддержка на часть полученных средств определенных граждан и отраслей экономики.

Учреждения образования являются участниками налоговых правоотношений, а также субъектом налогообложения.

В соответствии с Конституцией Российской Федерации и Налоговым Кодексом Российской Федерации, как и коммерческие организации, некоммерческие обязаны вставать на учет в налоговые органы, в полной мере выполняя обязанности налогоплательщика. В части осуществления основной уставной некоммерческой деятельности из налогообложения исключаются основные доходы этих организаций. Но, при осуществлении ими предпринимательской (коммерческой) деятельности, исчисле-

ние и уплата налогов производятся образовательными организациями в порядке общеустановленном.

В Налоговом кодексе и установленных в соответствии с ним федеральных законах, законодательных актах субъектов Российской Федерации и муниципальных образований о налогах и сборах присутствуют положения, определяющие особенности налогообложения у учреждений образования.

Некоммерческие организации обязаны выплачивать следующие налоги:

-налог на добавленную стоимость;

-налог на имущество организации;

-транспортный налог;

-земельный налог.

Налог на добавленную стоимость – федеральный косвенный налог, включенный в стоимость товара/работы/услуги и переносимый на конечный продукт, платят его потребители, но в федеральный бюджет перечисляется продавцом, исполнителем услуг – образовательной организацией.

Объектом налогообложения выступает реализация товаров, работ, услуг учреждениями образования на территории Российской Федерации.

Образовательные учреждения наряду с другими хозяйствующими субъектами являются плательщиками налога на добавленную стоимость, если:

- выполняет операции по осуществления товаров (работ, услуг), например, оказание консультативных услуг, реализация продукцию учебно-производственных мастерских;

- в ряде других случаев, например, при сдаче в аренду помещений.

Реализация некоммерческими образовательными организациями товаров, работ или услуг, как собственного производства, так и приобретенных на стороне, подлежит налогообложению независимо от того, как расходуется: в данное учебное заведение или на прямые нужды образовательного процесса.

Особенностью при определении налоговой базы является то, что выручка от реализации товаров, работ, или услуг в любых формах: денежной, натуральной, ценных бумаг, определяются исходя из всех доходов налогоплательщика, связанных с расчетами по оплате указанных товаров, работ, услуг. Если бюджетной организацией деньги были получены в виде целевого финансирования из бюджетов различных уровней на оплату каких-либо работ или услуг, то эти средства не учитываются при определении налоговой базы. Они не облагаются налогом только в момент зачисления их на счет организации-получателя бюджета, которая является заказчиком указанных работ, услуг.

Согласно Налоговому Кодексу Российской Федерации, налоговая ставка налога на добавленную стоимость для организаций образования составляет 18%. [3, с. 277]

Момент определения налоговой базы осуществляется непосредственно при реализации товаров, работ, услуг.

Сумма налога исчисляется как соответствующая налоговой ставке процентная доля налоговой базы.

При раздельном учете – общая величина налога формируется как сумма, полученная в результате сложения налогов, рассчитанных отдельно по соответствующим налоговым ставкам в процентных долях от соответствующих налоговых баз.

Вычетам подлежат суммы налога, которые были предъявлены налогоплательщику подрядными организациями при проведении ими капитального строительства (ликвидации основных средств), сборке (разборке), монтаже (демонтаже) основных средств, суммы налога, предъявленные налогоплательщику по товарам, работам, услугам, приобретенным им для выполнения строительно-монтажных работ, и суммы налога, предъявленные налогоплательщику при приобретении им объектов незавершенного капитального строительства. Также при приобретении товаров для перепродажи есть возможность получить налоговый вычет.

Если образовательная организация помимо основной, выполняет другую, приносящую доход деятельность (сдача в аренду основных фондов и имущества, торговля покупными товарами, оказание посреднических услуг), то она должна составлять счета – фактуры, которые необходимо своевременно предоставлять в налоговые органы.

На законном основании освобождаются от данного налога:

- услуги общеобразовательного характера школ и дошкольных учреждений;
- услуги профессиональной подготовки средне-специальных и высших учебных учреждений;
- факультативные образовательные услуги (семинары, тренинги), соответствующие содержанию указанных в лицензии образовательных программ;
- российские коммерческие учреждения, которые проводят обучение за пределами страны;
- коммерческие образовательные учреждения, использующие упрощенную систему налогообложения;
- услуги по воспитанию и образованию детей в домах культуры сельской местности, детскими музыкальными и художественными школами, школами искусств;
- услуги по присмотру и уходу за детьми в организациях, осуществляющих образовательную деятельность по реализации образовательных программ дошкольного образования;
- услуги по проведению занятий с несовершеннолетними детьми в кружках, секциях (включая спортивные), студиях и т.д.

Кроме того, учебное заведение может не платить налог на добавленную стоимость по продуктам собственного производства в том случае, если они в дальнейшем реализуются непосредственно в самом помещении организации. Так, за произведенную самостоятельно и проданную в столовой продукцию, подобная деятельность будет льготироваться. Покупная же продукция буфета в виде снеков и напитков в полной мере будет облагаться налог на добавленную стоимость.

В некоторых случаях образовательные организации могут получить налоговый вычет, т.е. вернуть часть оплаченных денежных средств, например, при приобретении товаров (работ, услуг), для перепродажи.

Если образовательное учреждение помимо основных операций производит другие операции, то она должна вести по ним раздельный учёт доходов.

Налог на имущество организации – является региональным налогом. Объект налогообложения по налогу на имущество является движимое и недвижимое имущество (в том числе имущество, переданное во временное пользование или владение, распоряжение, доверительное управление или полученное по концессионному договору) учитываемое на балансе в качестве основных средств организаций. Налогоплательщиками налога признаются организации, имеющие имущество, признаваемое объектом налогообложения в соответствии с Налоговым Кодексом Российской Федерации. Налоговая база считается среднегодовая стоимость имущества, признанного объектом налогообложения, в случае если не предусмотрено Налоговым Кодексом Российской Федерации. Налоговые ставки устанавливаются законами субъектов Российской Федерации и не могут превышать 2,2 процента, если иное не предусмотрено Налоговым Кодексом Российской Федерации. Имущество государственной казны Российской Федерации, субъекта Российской федерации и муниципального образования не облагается налогом. Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации, такое имущество не закрепляется за учреждениями на праве оперативного управления или хозяйственного ведения. Данное имущество не учитывается в составе основных средств, и, соответственно, его стоимость не учитывается при определении налоговой базы по налогу на имущество. [1, с. 198]

Транспортный налог - также является региональным налогом, который взымается в соответствии законами субъектов Российской Федерации и обязателен к уплате на территории субъекта Российской Федерации, по месту нахождения транспортного средства. Все денежные средства от уплаты налога идут в бюджеты субъектов Российской Федерации. Плательщиками транспортного налога считаются физические и юридические лица, на которых в соответствии с законодательством Российской Федерации зарегистрированы транспортные средства. Таким образом, регистрация транспортного средства, а не его фактическое использование ведет к возникновению обязанности по уплате этого налога. Объектом налогообложения считаются автомобили, мотоциклы, мотороллеры, автобусы и другие самоходные машины и т.д. Налоговой базой является мощность двигателя в лошадиных силах, указанных в регистрационных документах, это относится к транспортным средствам, имеющие двигатели. Налоговые ставки определяются законами субъектов Российской Федерации. При этом субъекты

Российской Федерации вправе проводить собственную политику установления и дифференциацию налоговых ставок в зависимости от мощности двигателя, валовой вместимости, категории транспортных средств, года выпуска транспортных средств.

Оплата налога производится в соответствии с налоговыми коэффициентами региона, где находится объект налогообложения. Даты, до которых следует оплатить транспортный налог, также определяется местным законодательством.

В состав местных налогов входит земельный прямой налог. Образовательные организации, обладающие земельными участками, признаваемыми объектом налогообложения в соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации на праве собственности или праве постоянного бессрочного пользования, являются налогоплательщиками этого налога. [3, с. 995]

Земельные участки, расположенные в пределах муниципального образования, на территории которого введен налог, признаются объектом налогообложения.

Налоговой базой выступает их кадастровая стоимость, которая определяется в соответствии с земельным законодательством Российской Федерации отдельно в отношении каждого земельного участка по состоянию на 1 января календарного года, являющегося налоговым периодом. Отчетными же периодами для налогоплательщиков-организаций признаются три квартала календарного года.

Платящие налог организации определяют налоговую базу самостоятельно на основании сведений Единого государственного реестра недвижимости о каждом земельном участке, принадлежащем им на праве собственности или бессрочного пользования.

Налоговая ставка по земельному налогу для организаций образования равна 1,5 %.[3, с. 998]

Для расчета суммы налога необходимо облагаемую налогом базу умножить на процентную ставку. Образовательные организации по истечении налогового периода представляют в налоговый орган по месту нахождения земельного участка налоговую декларацию по налогу.

Полностью освобождаются от уплаты общероссийские общественные организации инвалидов, в отношении земельных участков, используемых ими для достижения образовательных, культурных и иных целей.

Для всех остальных образовательных организаций не предусмотрено никаких льгот, налог оплачивается ими в полном размере.

Так как, в преобладающем большинстве, образовательные организации являются некоммерческими, то есть, не преследуют своей главной целью получение прибыли. Лояльное налоговое положение создано для стимулирования образовательной деятельности.

Отношение налоговой системы к сфере образования практически не имеет отличий от отношения к коммерческим и иным организациям. Главная особенность в наборе отдельных налоговых льгот, которые направлены на развитие образовательной деятельности.

Однако, на федеральном уровне предоставляются не все налоговые льготы, некоторая часть таковых исходит от субъектов РФ и муниципальных образований в части сумм налогов, включая отдельные налоги, зачисляемые в соответствующие бюджеты. Налоговое бремя зависит от местонахождения образовательного учреждения.

Список литературы

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации. – Москва.: «Эксмо-Пресс», 2018. – 576с.
2. Действующие в РФ налоги и сборы [электронный ресурс] // www.nalog.ru: Федеральная налоговая служба. Официальный сайт. 2018г. -URL: https://www.nalog.ru/rn33/taxation/taxes/ (дата обращения: 13.12.2018г.).
3. Налоговый Кодекс Российской Федерации. – Москва.: «Эксмо-Пресс», 2018. – 1120с.
4. Об уплате транспортного налога бюджетными учреждениями: [электронный ресурс] // nalvest.com: Газета «Налоговый вестник». 2017г. - URL: http://www.nalvest.com/nv-articles/detail.php?ID=32279 (дата обращения 10.12.2018).

СТРАХОВАНИЕ

УДК 33

СПРАВЕДЛИВАЯ СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ В ПРИБЫЛИ ПРИ ЕЖЕГОДНОМ ИНВЕСТИРОВАНИИ СТРАХОВАТЕЛЕМ СВОИХ СРЕДСТВ (ТЕРМИНАЛЬНЫЙ БОНУС)

КУЛИК АРТЕМ ЮРЬЕВИЧ,
Студент
ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова»
НАУМОВА ДИАНА ОЛЕГОВНА
Студент
ФГБОУ ВПО «Государственный университет управления»

Аннотация: в данной статье производятся расчеты терминального бонуса в рамках страхования на дожитие в дискретной упрощенной системе. Рассматриваются различные модели: единоразовое внесение премии, ежегодное внесение премии, как усложнение единоразового внесения, а также использование страховщиком CPPI (стратегия динамического изменения стратегии рассчета рисковой части) . Для каждой из них производятся рассчитываются отдельные критические значения
Ключевые слова: страхование, терминальный бонус, “*Reversionary bonus*”, “*Cash bonus*”, “*Terminal bonus”, высокорисковые активы, низкорисковые активы.*

THE PARTICIPATION FAIR VALUE IN PROFITS WITH THE ANNUAL INVESTMENT BY THE INVESTMENT OF HIS CAPITAL (TERMINAL BONUS)

Kulik Artem Yurevich,
Naumova Diana Olegovna

Abstract: This article calculates the terminal bonus in survival insurance sphere with discrete simplified system. Various models are considered: one-time premium payment, annual premium payment, as a complication of one-time payment, and the insurer's using CPPI (strategy for dynamic risk part changing). Separate critical values are counted for each of them.
Key words: insurance, terminal bonus, “Reversionary bonus”, “Cash bonus”, “Terminal bonus”, high-risk assets, riskless assets.

1.Модель:

-Рассматривается один из видов страхования жизни, а именно страхование на дожитие, в котором Страхователь страхует свою жизнь на n лет, при этом для упрощения задачи премия равна единице.

-Страховщик (страховая компания) обязуется, учитывая вероятность дожития страхователя, выплатить ему некоторую сумму с учётом бонусов в конце срока.

Рассматриваются 3 вида бонусов:
– "*Reversionary bonus*"
– "*Cash bonus*"
– "*Terminal bonus*"
-Страховщик вкладывает полученные деньги в высокорисковые и низкорисковые активы с целью выполнения своих будущих обязательств и получения прибыли

2.Случай единственного инвестирования

Каждый год страхователь вносит премию (очередную единицу).

Пусть X – накопленная сумма в начале i-го года. Тогда:

p_1^i-вероятность того, что сумма X станет Xd в конце i-го года.

p_2^i-вероятность того, что сумма X станет uX.

$$p_1^i + p_2^i = 1$$

Дерево *G(n):*

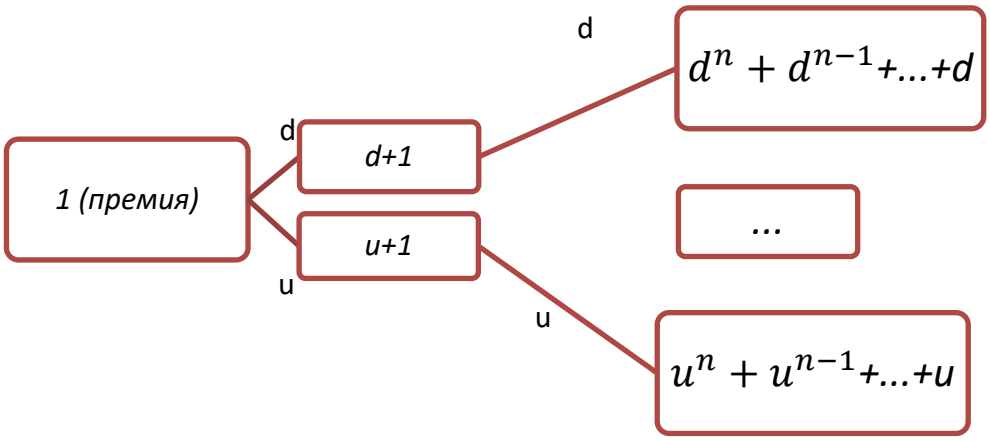


Рис. 1. Дерево *G(n):*

3.Случай инвестирования каждый год

3а) Случай 2-х лет

Рассмотрим текущую модель с другой точки зрения. Представим, что каждую премию (единицу) Страхователь вкладывает не каждый год, а мгновенно. Но при этом инвестируются они не в n лет, а в последовательность лет: n, n-1, n-2, … , 1.

Рассмотрим случай 2-х лет (дерево *G(2)*):

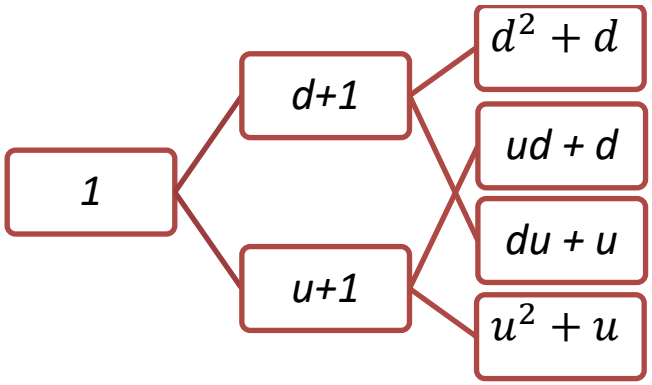


Рис. 2. Дерево *G(2):*

Итак, в нашемслучае:
1-й год:
С вероятностью p_1^1 в конце года накопленная сумма станет равна d.
С вероятностью p_2^1: *1 -> u.*
2-й год:
Страхователь опять вкладывает свою 1.
С вероятностью $p_1^1 p_1^2$: *d + 1 ->* $d^2 + d$.
С вероятностью$p_1^1 p_2^2$: *d + 1 ->* $du + u$.
С вероятностью $p_2^1 p_1^2$: *u + 1 -> ud + d.*
С вероятностью $p_2^1 p_2^2$: *u + 1 ->* $u^2 + u$.

Мат. ожидание будет выглядеть так:

$E(G(2)) = p_1^1 p_1^2 d(d+1) + p_1^1 p_2^2 u(d+1) + p_2^1 p_1^2 d(u+1) + p_2^1 p_2^2 u(u+1)$ (*)

Тогда следуя гипотезе, изложенной выше, это дерево можно представить в виде суммы двух деревьев.

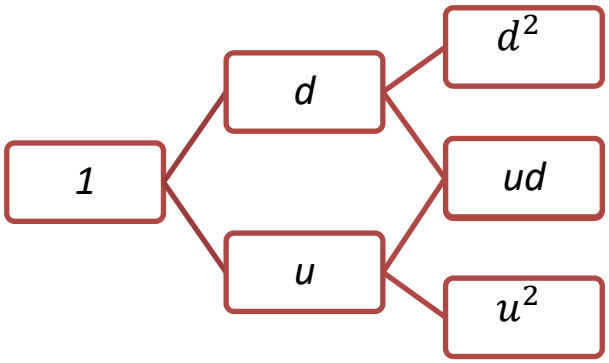


Рис. 3. Дерево 1:$G_1(2)$

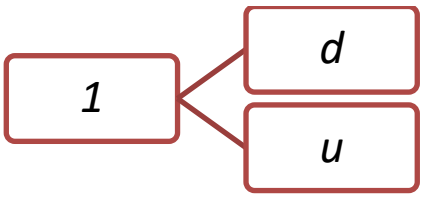


Рис. 4. Дерево 2:$G_2(2)$

То есть, два дерева показывают две премии, инвестированные в 2 и 1 год.
Для 1-го дерева:

$E(G_1(2)) = p_1^1 p_1^2 d^2 + p_1^1 p_2^2 du + p_2^1 p_1^2 ud + p_2^1 p_2^2 u^2$

Для 2-го дерева:

$E(G_2(2)) = p_1^2 d + p_2^2 u = \left(\frac{p_1^2}{p_1^1 + p_2^1} d + p_2^2 u\right) = p_1^1 p_1^2 d + p_1^1 p_2^2 u + p_2^1 p_1^2 d + p_2^1 p_2^2 u$

$E(G_1(2) + G_2(2)) = p_1^1 p_1^2 d(d+1) + p_1^1 p_2^2 u(d+1) + p_2^1 p_1^2 d(u+1) + p_2^1 p_2^2 u(u+1)$ (**)

Как видно (*)=(**)
То есть $E(G_1(2) + G_2(2)) = E(G(2))$
Гипотеза верна для случая 2-х лет [1, с. 2].

3б) Случай n лет

Стоит отметить, что в этой модели есть одна особенность, которая состоит в том, что если сумма X в начале i-го года увеличилась в d раз с вероятностью p_1^i, либо в u раз с вероятностью p_2^i, то при рассмотрении всех инвестированных каждый год единиц отдельно считаем, что в каждом из деревьев

некоторая текущая сумма вела себя также (увеличилась в d или u раз соответственно).

Пусть наша модель верна для случая n лет и $E(G_1(n) + G_2(n) + \ldots + G_n(n)) = E(G(n)) = X$.

Докажем, что она верна и для случая n+1 лет.

$E(G(n+1)) = (X + 1)(p_1^{n+1}d + p_2^{n+1}u$ (к каждой конечной вершине дерева G(n) прибавится единица и среднее значение станет равно X + 1, затем из каждой конечной вершины будет выходить по 2 ветви (n + 1) год).

$E(G_1(n+1) + G_2(n+1) + \ldots + G_{n+1}(n+1)) = X(p_1^{n+1}d + p_2^{n+1}u + (p_1^{n+1}d + p_2^{n+1}u$ (из всех конечных вершин каждого из n деревьев станет выходить еще по две ветви за счёт (n + 1)-го года и добавится еще одно дерево(инвестированная “1” в (n+1)-й год))

В итоге:

$E(G_1(n+1) + G_2(n+1) + \ldots + G_{n+1}(n+1)) = E(G(n+1))$

Это и показывает справедливость нашей гипотезы.

Эту модель можно усложнить, считая, что в i-й год сумма может увеличиться в d^i или u^i раз, однако, действуя, как выше, результат будет аналогичен, что позволит нам рассматривать каждую инвестированную сумму отдельно [2, с. 56].

4.Пример применения полученных результатов для случая “Terminal bonus”

В силу доказанного выше для нашей конкретной модели, рассмотрим формулу терминального бонуса для нашей конкретной модели.

Справедливая стоимость будет рассчитываться так:

$$+$$

$$(1+i)^T + B_T E_Q[A_\aleph(T) - (1+i)^T]$$

$$\left(\frac{1}{1+r}\right)^T {}_Tp_x$$ Где:

$$F\acute{V}^n(v) = \sum_{T=1}^{n}$$

$\pi = {}_Tp_x$- единичная премия

$A_\aleph(T)$ – терминальные активы в момент времени t=T, при выборе стратегии $\aleph$

Q – мера риска [3, с. 117].

Список литературы

1. Пьер Девольдер, Инмакулада Домингес-Фабиан Fair Valuation of Various Participation Schemes in Life Insurance // Бюллетень АСТИН: журнал МАА. - 2005. - №Том 35 , выпуск 1.

2. Бауэрс Н., Гербер Х., Джанс Д., Несбитт С., Хикман Дж. Актуарная математика. - М.: Янус-К, 2001.

3. Четыркин Е.М. Финансовая математика . - М.: «Дело», 2004.

УДК 336

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОГО СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ

СУМСКАЯ ОЛЬГА ВЯЧЕСЛАВОВНА,
ШОПИНА ГАЛИНА ЮРЬЕВНА

Студенты
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

Аннотация: в статье рассмотрена сущность электронного страхования, а также его преимущества и проблемы внедрения. Проведен анализ основных показателей рынка электронного страхования, а также обозначены перспективы его развития.
Ключевые слова: страхование, рынок электронного страхования, ИТ-продукты.

THE QUESTION OF THE DEVELOPMENT OF ELECTRONIC INSURANCE IN RUSSIA

Sumskaya Olga Vyacheslavovna,
Shopina GalinaYurevna

Abstract: The essence of electronic insurance is considered in the article, as well as its advantages and implementation problems. Analyzes the main indicators of the electronic insurance market, denoted the prospects for its development.
Keywords: insurance, electronic insurance market, IT products.

«Одним из наиболее важных сегментов современной рыночной экономики является рынок страховых услуг, степень влияния которого на социально-экономическое развитие государства трудно переоценить. Страховой рынок является мощным инструментом, способствующим консолидации инвестиционных ресурсов, которые обеспечивают потенциал общественного развития»[1, с.204] .

Развитие информационных технологий является неотъемлемым элементом современного рынка страхования. Вследствие чего значительная доля страховщиков занимаются внедрением новых ИТ-продуктов и решений, а также запуском онлайн-сервисов продвижения страховых продуктов. Согласно данным рейтингового агентства «Эксперт РА», по итогам 1-го полугодия 2018г. доля таких компаний составила 92% по сравнению с аналогичным периодом годом ранее. Процессы урегулирования страховых случаев также постепенно выходят в онлайн вслед за продажами полисов. По итогам 1-го полугодия 2018-го 80% страховщиков, осуществляющих продажи через сайт компании, предлагают клиентам широкую линейку страховых продуктов.

Общий объем сегмента электронного страхования без учета ОСАГО в 1-м полугодии 2018 года по сравнению с 1-м полугодием 2017 года увеличился более чем в 1,5 раза, достигнув почти 3,2 млрд рублей. На рис. 1 видно, что наибольший вклад в прирост взносов по электронному страхованию обеспечили страхование выезжающих за рубеж, что составляет 575 млн. рублей. Такой прирост произошел за счет восстановления туристического потока на фоне относительной стабилизации курсов иностранных валют. К тому же, значительный прирост отмечается в сегменте прочих видов страхования, что вызвано запуском продаж ипотечного страхования через сайты компаний и увеличением рынка ипотечного кредитования.

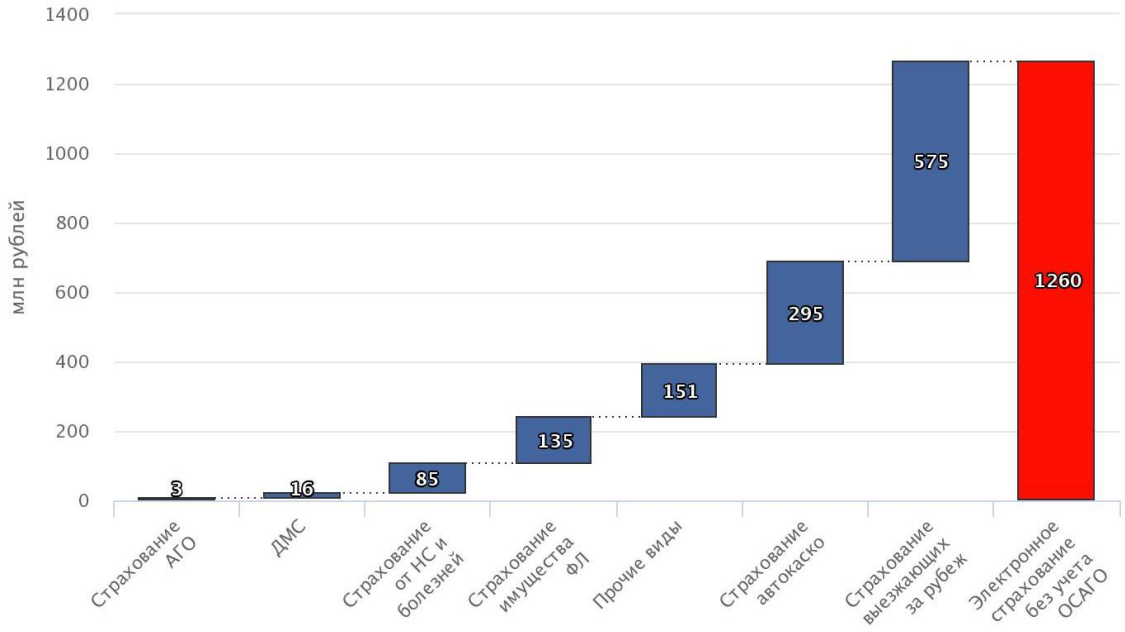


Рис. 1. Абсолютный прирост взносов по электронному страхованию в разрезе видов страхования, 1-е полугодие 2018-го года

Рис. 2. Темпы прироста взносов по электронному страхованию в разрезе отдельных видов страхования, 1-е полугодие 2018-го года

Из рис.2 следует, что по всем видам электронного страхования наблюдается позитивная динамика, наибольшие темпы прироста премий отмечаются в ДМС (94% за 1-е полугодие 2018-го по сравнению с аналогичным периодом 2017-го), страховании имущества физических лиц (87%) и страховании выезжающих за рубеж (74%).

Лидером рынка электронного страхования в России является «АльфаСтрахование». Продажи АО «АльфаСтрахование» в первом полугодии 2018 г. через сайт с учетом еОСАГО достигли уже 7,2 млрд руб., что в 4,75 раз больше результатов аналогичного периода 2017 г. «АльфаСтрахование» также демонстрирует лидерские позиции в электронном страховании выезжающих за рубеж: сборы на этом рынке выросли за первое полугодие на 85,7% и достигли 389,6 млн руб., компания возглавила топ-10 страховщиков по электронному страхованию выезжающих за рубеж.

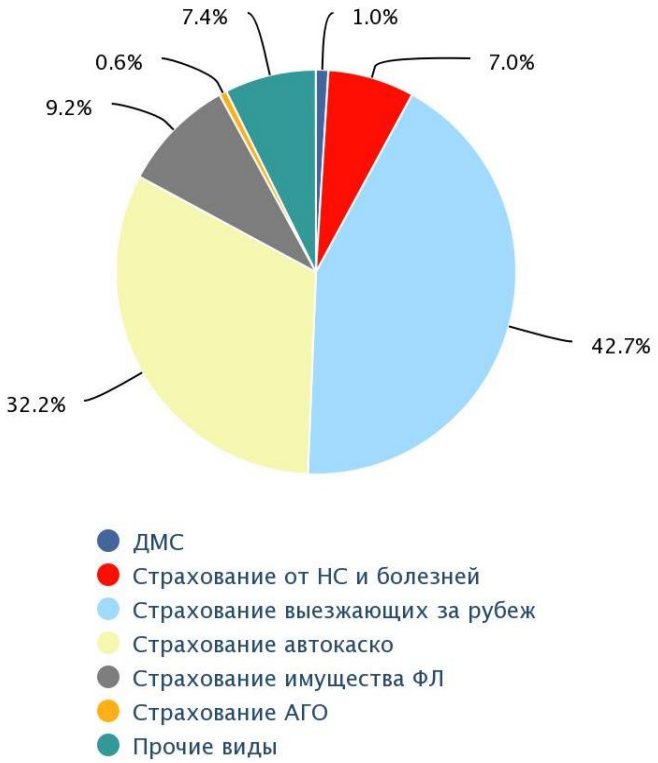


Рис. 3. Структура электронного страхования по видам страхования, 1-е полугодие 2018-го года

Из рис. 3 видно, что крупнейшими видами страхования по доле премий в электронном страховании по данным за 1-е полугодие 2018-го являются страхование выезжающих за рубеж (42,7%), страхование автокаско (32,2%) и страхование имущества физических лиц (9,2%).

Большинство страховых компаний продолжают инвестировать в разработку или совершенствование ИТ-систем. По данным агентства «Эксперт РА», в настоящее время не менее 70% страховщиков занимаются вопросами внедрения новых ИТ-продуктов и решений. Около половины из них направляет свои усилия на разработку и запуск онлайн-магазина по добровольным видам, «Личного кабинета» страхователя и мобильных приложений.

На развитие электронного рынка страхования в России оказывает целый ряд препятствий, которые затрудняют полноценное использование страховщиками этого удобного и рентабельного канала продаж. Например, отсутствуют механизм однозначной и полной идентификации клиента, доступ к базам данных органов власти, существуют законодательные запреты на продажу страховых полисов интернет-посредниками, кроме того, негативно сказывается недостаточная техническая подготовка и оснащенность самих страховщиков. А также Сдерживающие влияние на рынок будут оказывать такие факторы, как нестабильность курса национальной валюты, рост ставок по кредитам, снижение объемов потребительского и ипотечного кредитования.

Тем не менее, сегмент электронного страхования без учета ОСАГО продолжит расти опережающими рынок темпами. Объем премий без учета ОСАГО по итогам 2018 года достигнет 6 млрд рублей, по итогам 2019-го – 8–9 млрд рублей. Для ликвидации негативных факторов влияния на рынок необходимо внедрение страховщиками новых высокотехнологичных решений и усовершенствование клиентских дистанционных сервисов продажного и постпродажного обслуживания (онлайн-магазин по добровольным видам, «Личный кабинет» страхователя, мобильные приложения, маркетплейсы).

Таким образом, применение электронных технологий в страховании является перспективным направлением, поскольку в ближайшем будущем функционирование страховой деятельности будет невозможно без их использования.

Список литературы

1. Быканова Н. И., Черкашина А. С. Страховой рынок России: проблемы и направления развития // Молодой ученый. — 2017. — №10. — С. 204-207.
2. Дмитриева Ю.Ю. ИТ-решения для страховых компаний//Научные записки молодых исследователей. -2015. №6. -С.30-35.
3. Рейтинговое агентство «Эксперт РА» [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://raexpert.ru/
4. Шепелин Г.И. Развитие рынка электронного страхования // Вестник финансового университета. – 2014. - №5 – С. 46-54.

©Сумская О.В., Шопина Г.Ю., 2019

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

УДК 339

ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ МАШИННО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИЕЙ

МАНДРИКОВА ВЕРОНИКА ДМИТРИЕВНА,
МОЛОТИЕВСКАЯ АННА АЛЕКСАНДРОВНА,
БОЛОБАН ПОЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА,
ФИСУН СОФИЯ ИГОРЕВНА

Студенты
ФГБОУ ВО Ростовский Государственный Экономический Университет (РИНХ)

Аннотация: В современных условиях при огромной насыщенности мирового рынка торговля машинно-технической продукцией имеет свои специфические черты и особенности. В данной работе представлены основные тенденции международных сделок купли-продажи машин и оборудования, выявлены их отличительные признаки от торговли другими товарами.
Ключевые слова: мировая торговля, машины, оборудование, ТНК, внешнеторговые сделки.

THE CHARACTERISTICS AND DEVELOPMENT TRENDS OF FOREIGN TRADE MACHINE EQUIPMENT

Mandrikova Veronika Dmitrievna,
Molotievskaya Anna Alexandrovna,
Boloban Polina Alexandrovna,
Fisun Sofiya Igorevna

Abstract: In modern conditions, with a huge saturation of the world market, trade in machinery and technical products has its own specific features and characteristics. This article presents the main trends in international transactions of purchase and sale of machinery and equipment, identified their distinctive features of trade in other goods.
Keywords: world trade, machinery, equipment, TNC, foreign trade transactions.

Современное состояние мировой торговли характеризуется динамичным развитием торговли машинами и оборудованием. В настоящее время доля машин и оборудования в мировом товарообороте достигает почти 40%. Ускоренный рост мировой торговли этой группой товаров обусловлен международным разделением труда, значительным сокращением жизненного цикла большинства видов машин и оборудования, быстрым их моральным старением, существенным стимулированием промышленно развитыми странами экспорта машин и оборудования.

Именно поэтому следует представлять отличительные черты производства машин и оборудования и знать особенности торговли этим видом товаров. Главной отличительной чертой этой формы торговли является то, что промышленно развитые страны, ориентирующиеся на экспорт машин и оборудования, доказывают, что их национальное производство основано на новейших достижениях со-

временных технологий, широком использовании патентов, лицензий и ноу-хау, применении ресурсосберегающих и безотходных производств.

В результате в международную торговлю вовлекаются все новые виды товаров, достаточно экономичные, надежные и долговечные. При этом, роль государства в этом процессе состоит в активном содействии развитию экспортно-ориентированных производств путем применения системы кредитования, страхования возможных рисков, предоставления различных преференций, что, в конечном итоге, способствует внедрению современных производств в национальной экономике.

К числу других отличительных черт производства и торговли машинами и оборудованием можно отнести:

– создание и развитие новейших машин, оборудования и технологий в передовых странах напрямую связаны с динамикой расходов на научные исследования и опытно-конструкторские разработки (НИОКР). Ведущими странами в этой области являются США, Япония, Германия, Великобритания, Франция, Италия.

– опережающими темпами растет взаимная торговля промышленно развитых стран, на которые приходится более 60% мирового экспорта;

– включение во внешнеторговый оборот значительного количества новых товаров

– электронной и компьютерной техники, средств связи и автоматизации, бытовых аппаратов, аудио и видеотехники; – повышение требований к безопасности использования техники, к экологической чистоте машин, оборудования, приборов, к комфорту, дизайну и качеству технического обслуживания;

– рост требований к уровню обеспечения запчастями, предпродажного сервиса, послепродажного обслуживания, срокам гарантии [1, с. 239].

Характерной чертой развития мировой торговли машинами и оборудованием является все большая концентрация производства и сбыта продукции в руках транснациональных корпораций (ТНК). В последние десятилетия наблюдается явная тенденция к монополизации торговли машинами и оборудования ограниченным числом международных компаний.

Среди крупнейших мировых компаний, занятых в автомобилестроении можно назвать Ford, General Motors, Volkswagen, Daimler-Benz, Toyota, Nissan, Fiat и др., занятых в электротехнической промышленности и электронике – General Electric, IBM, ABB, Siemens и др. Особенно высока степень концентрации производства в авиастроении, турбостроении, атомной энергетике.

Деятельность транснациональных корпораций на мировом рынке обеспечивает глобализацию производства и сбыта машин и оборудования путем размещения изготовления узлов и деталей в разных странах в зависимости от стоимости и качества производства.

Усиление роли ТНК в мировой торговле привело к тому, что все больший удельный вес в торговле машинами и оборудованием приходится на комплектующие изделия (узлы, детали, компоненты) для последующей сборки в соответствующих странах. Важной чертой современной торговли машинами и оборудованием является рост влияния компаний из развивающихся стран Азии и Латинской Америки (Китая, Индии, Южной Кореи, Бразилии, Мексики, Аргентины). Значительное место в мировой торговле машинами и оборудованием занимает торговля подержанным оборудованием, а также арендные операции (лизинг). Весьма серьезное влияние на развитие производства и сбыта машин и оборудования оказывает торговля патентами, лицензиями и ноу-хау [2, с. 41].

Торговля машинами и оборудованием, как правило, представляет собой сложный процесс изучения товара, его технических характеристик, параметров, сроков эксплуатации, возможностей обслуживания и т.д. В зависимости от назначения товара, его надежности, конкурентоспособности, переговоры о продаже-закупке могут продолжаться от нескольких месяцев до нескольких лет. Весьма важной особенностью при торговле машинами и оборудованием является не только цена товара, но и цена потребления, т.е. затраты (эксплуатационные расходы) покупателя, которые он будет нести в течение всего срока службы машины или оборудования. Неслучайно при выборе даже бытовой техники в розницу (или автомобиля) покупатель интересуется мощностью потребляемой энергии или расходом бензина на 100 км пробега.

Нетрудно представить себе какие затраты покупатель может нести, приобретая сложное оборудование производственного назначения (химическое, металлургическое, горнодобывающее и т.д.), которое находится в эксплуатации 10-15 лет. Именно поэтому производители крупного оборудования и машин при разработке новых видов постоянно снижают издержки, связанные с их эксплуатацией, что весьма привлекательно для покупателей.

Другой важнейшей особенностью является то, что внешнеторговые сделки на крупное и сложное технологическое оборудование, как правило, сопровождаются необходимостью обеспечения продавцом гарантийных показателей, технического обслуживания, обеспечения запчастями, обучения местного персонала навыкам эксплуатации, безопасности, соблюдения требований экологических служб. В таких случаях весь комплекс вопросов стороны заинтересованы оговорить в договоре купли-продажи или подписать договор на закупку оборудования отдельно и на оказание всех услуг с учетом пожелания покупателя подписать дополнения к основному договору [3, с. 19].

Таким образом, подобная сделка носит долговременный характер, и после заключения основного договора купли-продажи отношения между сторонами не только не прекращаются, а наоборот продолжают развиваться в течение длительного периода. Покупатель уверен, что при осуществлении подобной сделки происхождение товара и оказание услуг осуществляется производителем оборудования и специалистами продавца. Причем, крупный заказ позволяет покупателю добиваться от продавца существенных скидок, а продавцу интересно закрепиться на рынке покупателя и иметь стабильный заказ на достаточно продолжительный период.

Список литературы

1. Мировая экономика: учебник для студентов вузов / под ред. Ю. А. Щербанина. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015 – 519 с.
2. Мировая экономика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Л. В. Шкваря. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015 – 303 с.
3. Холопов К.В., Савинов Ю.А. Технологии внешнеторговых сделок: учебник / К.В. Холопов, Ю.А. Савинов – Москва: ВАВТ, 2010. – 694 с.

© В.Д. Мандрикова, А. А. Молотиевская, П. А. Болобан, С. И. Фисун, 2019

УДК 339.5

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ ПРИ СБОРОЧНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ МАШИН И ОБОРУДОВАНИЯ

МАНДРИКОВА ВЕРОНИКА ДМИТРИЕВНА,
МОЛОТИЕВСКАЯ АННА АЛЕКСАНДРОВНА,
БОЛОБАН ПОЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА,
ФИСУН СОФИЯ ИГОРЕВНА

Студенты
ФГБОУ ВО Ростовский Государственный Экономический Университет (РИНХ)

Аннотация: В настоящее время сборка машинно-технической продукции, экспорт, импорт деталей и узлов становятся наиболее популярными внешнеторговыми операциями в мировой практике. В статье дана характеристика организационного процесса осуществления международных сделок по купле-продаже запчастей машин и оборудования, выявлены особенности и преимущества данной формы торговли.
Ключевые слова: сборочное производство, внешняя торговля, экспорт, импорт, машины, оборудование.

FEATURES OF THE ORGANIZATION OF EXPORT-IMPORT OPERATIONS IN THE ASSEMBLY PRODUCTION OF MACHINERY AND EQUIPMENT

Mandrikova Veronika Dmitrievna,
Molotievskaya Anna Alexandrovna,
Boloban Polina Alexandrovna,
Fisun Sofiya Igorevna

Abstract: Currently, the assembly of machine-technical products, export, import of parts and components are becoming the most popular foreign trade operations in the world. The article describes the organizational process of international transactions for the purchase and sale of spare parts of machinery and equipment, the features and advantages of this form of trade.
Key words: Assembly production, foreign trade, export, import, machinery, equipment.

Стремление крупных производителей расширить сбыт машин и оборудования на мировом рынке приводит к тому, что в последние десятилетия особенно широко применяется такая форма торговли, как торговля машинами и оборудованием в разобранном виде. Наиболее приемлемой формой такой торговли является создание за рубежом предприятий для их сборки.

Сборочные предприятия за рубежом создаются чаще всего в автомобильной промышленности, производстве сельскохозяйственных машин, аудио- и видеоаппаратуры, бытовой техники, средств свя-

зи, компьютерной и офисной техники, электротехнических приборов.

Экспорт узлов и деталей применяется в международной торговле для повышения конкурентоспособности и преодоления различных таможенных и административных протекционистских мер государств, направленных на ограничение импорта готовой продукции в защиту национальных производителей. Поскольку на импорт продукции в виде узлов и деталей страны-импортеры обычно устанавливают пониженные таможенные пошлины, то это способствует созданию сборочных производств и, следовательно, развитию национальной промышленности и повышению занятости населения страны.

Экспортеру такая форма торговли весьма выгодна, так как:

– он не несет расходы по сборке в своей стране;

– имеет более низкие ставки таможенных пошлин при пересечении границы страны-импортера;

– снижает транспортные расходы по перевозке узлов и деталей [1, с. 28].

Стоимость рабочей силы в стране-импортере несравнимо ниже, чем в стране-экспортере. Снижение транспортных расходов при организации сборочного производства за рубежом обусловлено тем, что узлы и детали, как более компактный груз, обычно перевозится в контейнерах, тарифы на которые значительно ниже, чем перевозка крупногабаритного оборудования в собранном виде.

Существенным фактором является то, что экспортер, поставляя узлы и детали на сборку, обеспечивает проникновение на рынок и увеличение объема продаж своей продукции. В большинстве случаев при жесткой конкуренции крупные фирмы-производители широко используют поставки машин и оборудования в разобранном виде и организацию сборочных предприятий в рамках дочерних или совместных предприятий.

Организационно-правовой формой взаимоотношений экспортера и импортера является международный договор купли-продажи (контракт), предметом которого является поставка узлов и деталей в разобранном виде. При этом понимается, что сборочное производство организуется импортером при активном участии специалистов экспортера путем передачи импортеру всей проектно-технологической документации и оказания инженерно-консультационных услуг по сборке [2, с. 538].

Если для организации сборочного производства стороны пришли к согласию о создании совместного предприятия, то оно основывается на принципе долевого участия сторон в процентном отношении согласно договоренности и взаимных возможностей.

Современная практика сборочного производства требует от поставщиков выполнения следующих условий:

– узлы и детали должны поставляться в таком виде, который не требует дополнительных затрат на подготовку для сборки высококвалифицированных местных кадров;

– сроки поставки должны строго соответствовать графикам поставок, согласованным сторонами;

– все поставляемые узлы и детали должны быть взаимозаменяемыми, точность и высокое качество изготовления которых должны исключить любые подгонные работы при сборке;

– создание некоторого оптимального запаса узлов и деталей в стране импортера на случай возникновения обстоятельств, могущих повлечь нарушение ритмичности поставок и, как следствие, нарушение работы сборочного конвейера.

На базе сборочного производства возникла такая форма сотрудничества, как прогрессивная сборка, которая предусматривает содействие поставщика импортеру в поэтапной организации собственного производства отдельных деталей и узлов с тем, чтобы в течение оговоренного срока полностью перейти к самостоятельному выпуску готовых машин и оборудования. Это удешевляет стоимость продукции, повышает занятость местного населения, обеспечивает заказами смежные производства по изготовлению комплектующих изделий взамен импортируемых и создать собственное производство того или иного вида продукции.

В соответствии с соглашением о прогрессивной сборке поставщик обязуется предоставить импортеру всю проектно-техническую документацию (включая лицензию и ноу-хау), поставить основное технологическое оборудование для производства продукции, регулярно поставлять узлы и детали для сборки, оказать все необходимые инженерно-консультационные услуги, т.е. налицо сочетание торговых, производственных и сбытовых операций [3, с. 31].

Таким образом, все вопросы организации сборочного производства за рубежом находятся в тесной взаимосвязи и их комплексное решение может дать взаимовыгодный эффект и экспортеру, и импортеру. В экспорте машин и оборудования важное место отводится сертификации в соответствии с требованиями международной системы стандартов ISO. Этот стандарт разработан и рекомендован международной организацией по стандартам и другими уполномоченными международными организациями по стандартизации отдельных видов продукции. Стандарты ISO обычно все страны принимают в качестве национальных стандартов.

В последние годы в России существует тенденция к расширению сборочных производств в целом ряде отраслей: автомобилестроение, электробытовой техники, средств связи, производстве сельскохозяйственных машин, видеоаппаратуры, компьютерной техники. В качестве примеров можно привести сборочные производства автомобилей «ДЭУ», «Нива-Шевроле», «Форд-Фокус», «Меган», холодильного оборудования при участии итальянских фирм в Липецке, ряд сборочных производств телевизионной аппаратуры и др.

Список литературы

1. Воробьева Н. В., Козел И. В. Международное торговое дело: учебное пособие / Н. В. Воробьева, И. В. Козел. - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет. 2016 – 132 с.

2. Скворцов А. В., Схиртладзе А. Г. Основные технологии автоматизированных машиностроительных производств: учебник / А. В. Скворцов, А. Г. Схиртладзе – Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2017. – 635 с.

3. Холопов К.В., Савинов Ю.А. Технологии внешнеторговых сделок: учебник / К.В. Холопов, Ю.А. Савинов – Москва: ВАВТ, 2010. – 694 с.

© В.Д. Мандрикова, А. А. Молотиевская, П. А. Болобан, С. И. Фисун, 2019

УДК 330

РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ И ГЕРМАНИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

КУБАНЦЕВА ОЛЬГА ВИКТОРОВНА,
к.э.н., доцент
ОЛЕЙНИК АЛИНА АНДРЕЕВНА
Студент
ФГБОУ ВО ВИУ «РАНХиГС при Президенте РФ»

Аннотация. Введение в 2014 г. экономических санкций странами Евросоюза отразилось на структуре внешнеторгового оборота России и Германии и негативно повлияло на развитие экономического сотрудничества исследуемых стран по другим направлениям. В статье рассматриваются актуальные тенденции развития внешней торговли исследуемых стран в 2015–2017 гг. и определяются перспективные направления развития торгово-экономического взаимодействия.
Ключевые слова: внешняя торговля, торгово-экономическое взаимодействие, российско-германские отношения, режим санкций.

DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE OF RUSSIA AND GERMANY IN THE CONDITIONS OF SANCTIONS

Kubantseva Ol`ga Viktorovna,
Oleynik Alina Andreevna

Annotation. The introduction of economic sanctions by EU countries in 2014 affected the structure of the foreign trade turnover of Russia and Germany and had a negative impact on the development of economic cooperation between the countries studied in other areas. The article discusses current trends in the development of foreign trade of the countries studied in 2015–2017 and identifies promising directions for the development of trade and economic cooperation.
Keywords: foreign trade, trade and economic cooperation, Russian-German relations, sanctions regime.

Германия является вторым по значимости внешнеторговым партнером России: даже в условиях сокращения интенсивности внешнеторговых сделок между исследуемыми странами по итогам 2017 г. Германия остается вторым по значимости импортером товаров в Российскую Федерацию, на ее долю приходится почти 9% российского импорта [1]. Доля российских товаров в структуре импорта Германии не так высока – всего чуть более 2%, при этом Россия обеспечивает импорт почти 40% импортируемых в Германию углеводородов и продуктов нефтепереработки, играя значительную роль в обеспечении национального энергобаланса.

Российско-германская торговля характеризуется снижающимися объемами с 2012 г., что было обусловлено комплексом причин, в числе которых – снижение курса рубля, введение режимов санкций и контрсанкций, падение цен на углеводороды. Если в 2012 г. объем внешнеторгового оборота возрос до сравнительно высокого уровня в 73,9 млрд. долл., то по итогам 2017 г. он составил всего 40,7 млрд. долл., снизившись практически вдвое. Показательно, что наибольшее снижение демонстрировал импорт товаров из Германии, снизившийся до 19,5 млрд. долл. США.

Таким образом, активность внешнеторговых отношений России и Германии в последние пару лет можно охарактеризовать как снижающуюся. Так, по итогам 2017 г. объем российско-германского уменьшился в сравнении с 2016 г. на 11,1%, в том числе объем экспорта товаров из России уменьшился на 16,5%, достигнув уровня в 21,3 млрд. долл. США, а объем импорта сократился на 4,8% до уровня в 19,4 млрд. долл. США. Положительное сальдо торгового баланса России и Германии сократилось на 63,2%, составив 1,8 млрд. долл. США (рис. 1).

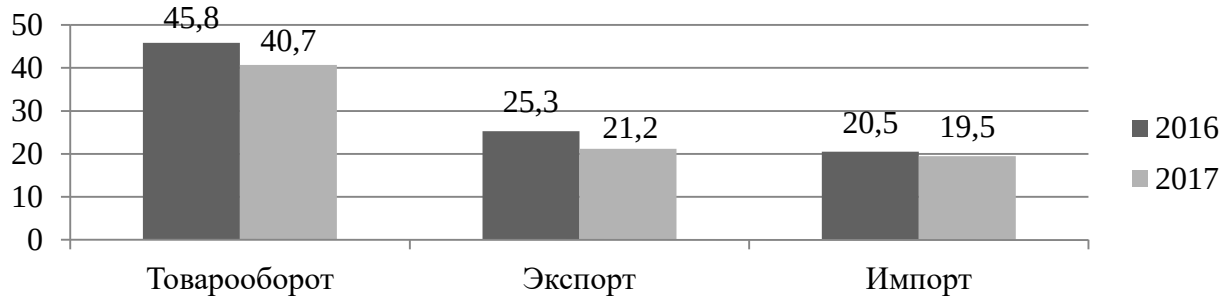


Рис. 1. Динамика товарооборота России с Германией в 2016–2017 гг., млрд долл. США
Примечание: составлено автором по [3]

Доля Германии во внешнеторговом обороте России в 2016–2017 гг. оставалась стабильной на уровне 8,7%. При этом доля Германии в структуре товарного экспорта российских товаров так же сохранилась и составила 7,4%, в то время как доля немецких товаров в импорте сократилась с 11,2 до 10,7% в 2016–2017 гг. (рис. 2).

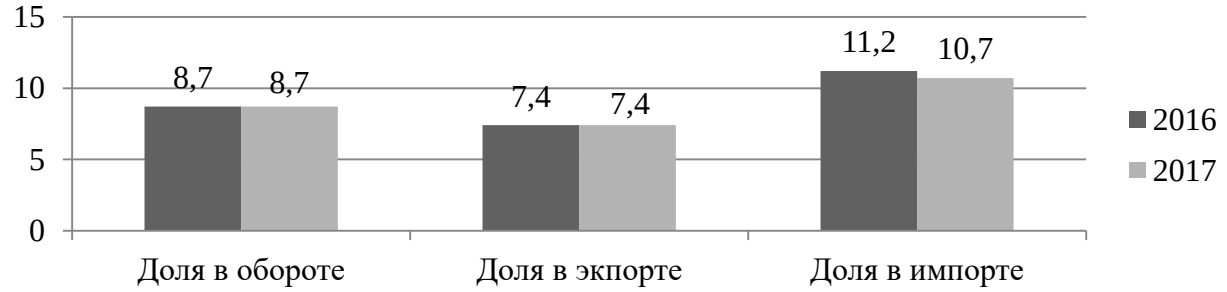


Рис. 2. Удельный вес Германии во внешнеторговом обороте России в 2016–2017 гг., %
Примечание: составлено автором по [3]

Германия занимает третье место в структуре товарного экспорта и второе по значимости место в структуре импорта товаров, что подчеркивает ее высокое значение как внешнеэкономического партнера, несмотря на действие режима санкций и контрсанкций в условиях обострения геополитических противоречий между исследуемыми странами.

Доля России во внешнеторговом обороте Германии не так значительна – всего 2,1% или 20,4 млрд. долл. в стоимостном выражении, что позволяет России занимать 14-е место среди стран – внешнеэкономических партнеров Германии [4]. При сохранении значения Германии в структуре российского импорта в период действия экономических санкций Российская Федерация потеряла на германском рынке больше позиций, опустившись с 11 по значимости места на 14 по объему импорта товаров в немецкую экономику.

При этом проблема ресурсного обеспечения германской экономики, испытывающей недостаток собственных полезных ископаемых для устойчивого полноценного развития, не потеряла своей актуальности: импорт в страну нефти, газа и угля формирует около 80% совокупного импорта Германии. Россия ввиду ее относительной территориальной близости, значительного запаса природных ресурсов, дешевых технологий добычи и транспортировки минерального сырья имеет возможность обеспечивать

указанную потребность Германии. После падения в результате мирового финансового кризиса объемов российского экспорта, на протяжении 2010–2015 гг. его объем только увеличивался, достигнув максимума в 2014 г. в размере 37,1 млрд. долл. (рис. 3).

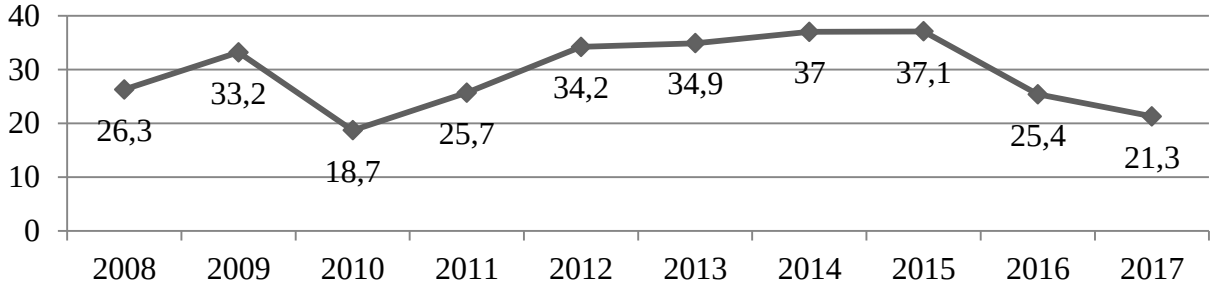


Рис. 3. Динамика экспортных операций России в Германию в 2008–2017 гг., млрд. долл.
Примечание: составлено автором по [2, 4]

Следует отметить, что динамика стоимости российского экспорта в значительной степени зависит от колебаний на международном рынке углеводородов, так как около 80% экспортируемых из России в Германию товаров – это минеральное сырье, из которого в 2017 г. более 70% составляли сырая нефть и нефтепродукты. Доля несырьевого экспорта и экспорта товаров с высокой степенью обработки на немецкий рынок в 2016–2017 гг. сокращалась как в абсолютном, так и в стоимостном выражении (таблица 1).

Влияние обострения геополитических противоречий между Россией и странами Евросоюза на развитие российско-германских внешнеторговых отношений обусловлено и тем, что значительная часть экспортируемого в Германию сырья поставляется по сети международных газо- и нефтепроводов, проложенных по территории Украины, Польши, Чехии и Словакии. С целью снижения транзитных рисков к 2013 г. был реализован российско-германский проект «Северный поток» – прямой газопровод из России в Германию, проложенный по дну Балтийского моря.

Таблица 1

Структура российского экспорта в Германию в 2016–2017 гг. в натуральном и стоимостном выражении

Экспорт	2016 г.		2017 г.		Прирост, %
	Ед.	%	Ед.	%	
В стоимостном выражении, млн. долл.					
Сырьевой экспорт	7628,6	65,2	5783,7	73,7	–24,2
Несырьевой экспорт	4074,4	34,8	2058,7	26,3	–49,5
В том числе продукция с высокой степенью обработки	1712,5	14,6	379,1	4,8	–77,9
В натуральном выражении, тыс. тонн					
Сырьевой экспорт	25792,8	87,9	28762,9	89,4	11,5
Несырьевой экспорт	3553,0	12,1	3415,9	10,6	–3,9
В том числе продукция с высокой степенью обработки	40,8	0,1	41,9	0,2	20,5

Примечание: составлено автором по [4]

Готовая продукция обрабатывающих отраслей промышленности с высокой добавленной стоимостью недостаточно представлена на рынке Германии и уменьшает свое значение в товарной структуре российского экспорта [5]. В числе факторов, негативно влияющих на экспорт продукции российских предприятий обрабатывающей промышленности в Германию, можно отметить недостаточную под-

держку экспорта предприятий данных отраслей со стороны государства, недостаточная вовлеченность достижений российской науки и техники в хозяйственный оборот, проблемы сертификации российской продукции в соответствии с европейскими стандартами качества и безопасности, отсутствие условий для постоянного присутствия на немецком рынке и формирования за границей собственных сервисных, дилерских и сбытовых сетей.

Импорт германских товаров в Россию также демонстрировал стабильный рост после кризиса 2008 г., при этом относительное падение его объемов стало наблюдаться еще в 2014 г., ускорившись впоследствии в результате влияния антироссийских санкций (рис. 4).

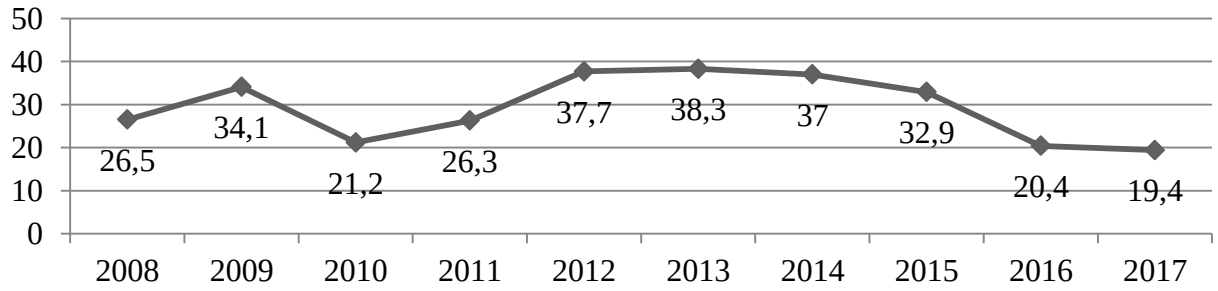


Рис. 4. Динамика импортных операций России из Германии в 2008–2017 гг., млн. долл.
Примечание: составлено автором по [2, 4]

Россия ввозит из Германии в основном продукцию обрабатывающих отраслей с высокой добавленной стоимостью, в частности, промышленное оборудование, котлы, двигатели внутреннего сгорания, транспорт, сельскохозяйственные механизмы и машины, что ставит российскую промышленность и сельское хозяйство в определенную зависимость от стабильности немецких поставок для обеспечения процесса обновления и модернизации основного капитала, повышения уровня производительности труда.

Значительна доля в структуре товарного импорта и продукции химической промышленности, в первую очередь, фармацевтики (лекарства, иммунные вакцины и сыворотки, кровь) и производства лакокрасочных материалов, составляющая по итогам 2017 г. около 16% стоимости импортируемых товаров.

Введение внешнеторговых санкций негативно отразилось на поставках оборудования и комплектующих из Германии для сектора энергетики и военно-промышленного комплекса: в 2016 г. объем экспорта данных видов товаров снизился на 27%, снизив рейтинг России с 4 на 11 по значимости среди рынков сбыта продукции машиностроительных компаний Германии [6].

Несмотря на отсутствие сводной статистики, характеризующей развития торговых отношений между Россией и Германией, можно уже сейчас говорить об их постепенном восстановлении. Оптимистично настроены и представители немецкого бизнеса, развивающего производство в Российской Федерации. Так, по итогам опроса Российско-Германской внешнеторговой палаты с участием более 200 предпринимателей, 63% немецких компаний, осваивающих российский рынок, ожидают роста продаж. 40% респондентов планируют увеличить количество сотрудников в штате российских представительств, 30% немецких компаний готовы инвестировать в развитие бизнеса в России [7].

Таким образом, взаимные экономические интересы России и Германии постепенно ведут к восстановлению экономических отношений, несмотря на наличие актуальных геополитических противоречий между исследуемыми странами. Сотрудничество предпринимателей и гражданского общества позволяет реализовывать стратегические интересы политических и деловых кругов двух стран. В этой связи в условиях ограничивающей интенсивность экономического взаимодействия напряженности в отношениях России с Евросоюзом, эксперты видят ключевыми направлениями решения имеющихся проблем в активизации сотрудничества на наднациональном уровне (по линии «ЕЭК – ЕК») и уровне регионально-муниципального партнерства.

Список литературы

1. Торговля между Россией и Германией: аналитический отчет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://russian-trade.com/reports-and-reviews/2018–02/torgovlya-mezhdu-rossiey-i-germaniey-v-2017-g/ (дата обращения: 29.12.2018).
2. Внешняя торговля России в 2017 году: цифры и факты // Информационно-аналитическое сетевое издание «Про ВЭД». – 2018. – 14 февраля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://провэд.рф/analytics/research/40407-vneshnyaya-topgovlya-possii-v-2017-godu-tsifpy-i-fakty.html (дата обращения: 29.12.2018).
3. Отчет о внешней торговле между Россией и Германией в 2016 году: товарооборот, экспорт, импорт, структура, товары, динамика / Подготовлен сайтом Внешняя Торговля России на основе данных Федеральной таможенной службы России. – 2018. – 28 февраля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://russian-trade.com/reports-and-reviews/2018–02/torgovlya-mezhdu-rossiey-i-germaniey-v-2017-g/ (дата обращения: 29.12.2018).
4. Внешняя торговля России с Германией. – 2017. – Май [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/2fe7792e-37a3–4095–9144-fc5d2bfdbe1/Внешняя+торговля+России+с+Германией+(2017).pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=2fe7792e-37a3–4095–9144–4fc5d2bfdbe1 (дата обращения: 29.12.2018).
5. Обзор состояния экономики и основных направлений внешнеэкономической деятельности Федеративной Республики Германия в 2015 году / Министерство экономического развития Российской Федерации. Торговое представительство Российской Федерации в Федеративной Республике Германия. – Берлин, 2017. – 262 с.
6. Быркова Е. За счет чего выросла торговля России с Германией в 2017 г. / Е. Быркова. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://провэд.рф/article/44585-za-schet-chego-vyposla-topgovlya-possii-s-gepmaniey.html (дата обращения: 29.12.2018).
7. Опрос по деловому климату 2017 г. – готовность немецких компаний к инвестициям растёт: Пресс-релиз [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://russland.ahk.de/ru/mediacentr/novosti/detail/opros-po-delovomu-klimatu-2017-g-gotovnost-nemeckikh-kompanii-k-investicijam-rastjot/ (дата обращения: 29.12.2018).

УДК 339.1

ИССЛЕДОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ТЯЖЕЛОЙ ТЕХНИКИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ CHINA FAW GROUP НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК

БОЦЮАНЬ МЭЙ,
Студент магистратуры
АНИКИНА Ю.А.
кандидат экономических наук, доцент кафедры международного бизнеса
ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий
имени академика М.Ф. Решетнева»

Аннотация: Эта статья включает исследование стратегии выхода тяжелой техники China faw group на российский рынок, с последующим анализом преимуществ этой стратегии, и, наконец, анализируя соответствующее заключение, сделан вывод о том, что реализация данной стратегии увеличивает скорость выхода тяжелых грузовиков China faw group на российский рынок, а также подтолкнула значимость China faw group на российском рынке развития.
Ключевые слова: стратегия, российский рынок, China faw group, тяжелая техника

STRATEGIC RESEARCH ON CHINA FAW GROUP'S HEAVY TRUCKS ENTERING RUSSIAN MARKET

Boquan Mei,
Anikina Julia A.

Abstract: This article first introduces the China faw group into the Russian market strategy, followed by an analysis of the advantages of this strategy, finally, analyzing the related conclusion: the implementation of the strategy improves the China faw group the speed of heavy trucks into the Russian market, at the same time for faw group has pushed significance in the Russian market development.
Key words: Strategic, Russian market, China FAW Group, Heavy Trucks

With the deepening of the internationalization of Chinese auto companies, companies have stepped up their marketing efforts in overseas markets. As a core market in the CIS region, Russia attracts a large number of its market capacity and demand for Chinese cars. Chinese auto companies have become a must for overseas companies to develop overseas. Similarly, the Russian market is also one of the important markets for FAW Group overseas.

China FAW Group's heavy trucks entering the Russian market mainly have the following strategies:

The first is product strategy. FAW Group J6 products are the 6th generation of liberation products, and its platform series is broader, providing a basis for the sustainable development of this series of products. J6 series heavy-duty trucks are closer to the world's advanced level in terms of technology, and can better meet the

needs of users in terms of safety, driving comfort, environmental protection and energy saving, and better meet the requirements of the development of today's world, and regulations for other countries in the world [2]. The requirements are more adaptable. Therefore, the product strategy of Russian heavy trucks should focus on the J6 tractor and promote the development of the local heavy truck business.

The second is the price strategy. Compared with the vehicle export, SKD parts export assembly increases the cost of domestic packaging and overseas loading, but the SKD method can greatly reduce tariffs and transportation costs. Through localized SKD assembly, packaging costs can be further reduced, logistics programs can be optimized, and marketing costs can be optimized.

The third is the channel strategy [3]. FAW Group has two options for channel selection in the Russian truck marketing business: one is the hybrid mode. Under this model, FAW has both distribution business through distributors and direct access to the dealer network. Customers use a combination of large customer departments and distributors. The second is the dealer network model. Under this model, FAW Group Import and Export Corporation directly develops a unified export channel, and establishes franchise dealers in key areas, and the dealers develop their own network within the region. FAW Group is responsible for Channel control [4].

The fourth is the promotion strategy. According to past experience, the source of information for car buyers is mainly the following four aspects: personal user experience; friend word of mouth, introduction; professional / public newspaper advertisement; Internet [5]. In response to the above channel sources, FAW can carry out the following strategic combination in the promotion of heavy trucks.

The first is Traditional media advertising. Traditional media advertising is an important business tool for companies to show consumers their product ideas, product designs, product quality and corporate image.

The second is Conducting regional thematic activities. Compared with other products with lower added value, the content and scope of planning of automotive products has a wider space [6]. FAW Group's promotion in the Russian auto market should adopt a more abundant form, such as planning to organize some relatively influential social activities; actively participate in social welfare undertakings, and improve the social influence and brand awareness of FAW Group while achieving social benefits. This kind of promotion channel is the most widely accepted form of vertebrae that is not accepted by advertisements.

The third is Internet communication. With the rapid development of the Internet, the Internet has become a very important way for people to obtain information. At present, FAW has opened a Russian website (www.chirm-faw.ru) in Russia [7]. The website has been running for a year and a half. The main content comes from the English website of FAW Group. The main sections include group introduction and news center. In the product display and other sectors, the registrant can get a preliminary understanding of FAW Group, products sold in Russia and related sales information.

The research results show that the implementation of these four strategies has promoted the speed of China FAW Group's heavy trucks entering the Russian market, and at the same time promoted the expansion of FAW Group in the Russian market. In addition, this move successfully connected the brand culture of FAW Group with Russian culture, prompting Russian consumers to deeply agree with FAW products, and from the trade-style entry to the contract-style entry and investment-style entry mode to promote the Russian market, established in Russia [8]. Production base, and the establishment of a sound distribution channel, after-sales system and information feedback system, has accumulated valuable experience for the strategic layout of FAW Internationalization.

Reference

1. Lascu. International Marketing [M]. Beijing: Mechanical Industry Press, 2011
2. .Lu Tong etal. Research on the entry mode of Chinese enterprises in overseas markets [M]. Beijing : Renmin University of China Press, 2009.
3. Jia Shaomeng. The impact of the financial crisis on China's auto exports [J]. Chinese business C s econd half), 2010 (1).

4. Cheng Shi. Discussion on the core issues that need to be solved in automobile export[J]. Modern economic information, 2009(23).
5. Chen Ran. Russian commercial vehicles are trade or started in 2011[J]. Commercial Vehicles, 2010 (8).
6. Big news Huimei waits. The secret of Toyota success [M]. Beijing: Mechanical Industry Press, 2010.
7. Peter Drucker, Qi Ruolan, Na Guoyi. Dao Ben Management: Chinese Corporate Culture Program [M]. Beijing: China Economic Publishing House, 2011.
8. William Stevenson, Zhang Qun, Zhang Jie. Practice of Management [M]. Beijing: Mechanical Industry Press, 2010.

© Мэй Юоцюань, Ю.А. Аникина, 2019

УДК 33

МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В СФЕРЕ ЭНЕРГЕТИКИ

АБРАМОВ ДМИТРИЙ ВАЛЕНТИНОВИЧ,
к.э.н., доцент
МУХАМАДИЕВА ЛИЛИЯ НАИЛЬЕВНА,
ФРОЛОВА КРИСТИНА АЛЕКСЕЕВНА
Студенты
ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Аннотация: в данной статье рассмотрены особенности и проблемы развития международного сотрудничества государств в энергетической сфере на современном этапе, а также проанализирована роль Российской Федерации в рамках энергетического сотрудничества государств на региональном уровне.
Ключевые слова: энергетика, международное сотрудничество, энергетическая безопасность, энергетические институты, бизнес.

INTERNATIONAL COOPERATION IN THE FIELD OF ENERGY

Abramov Dmitry Valentinovich,
Mukhamadieva Liliia Nailevna,
Frolova Kristina Alekseevna

Abstract: the article discusses some of the features and problems of the development of international cooperation of states in the energy sector at the present stage. The role of the Russian Federation is analyzed in the framework of energy cooperation of states at the regional level.
Keywords: energy, international cooperation, energy security, energy institutions, business.

Значение энергетики в рамках международного экономического сотрудничества в наши дни очень велико, поэтому обеспечение надежного и стабильного энергоснабжения является одной из наиболее актуальных и сложных задач, с которыми сталкивается сегодня международное сообщество.

Термин "международное экономическое сотрудничество" определяется как глобальная система международного экономического взаимодействия всех субъектов международной системы, которое направлено на обеспечение устойчивого экономического развития. В соответствии с прогнозами экспертов Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) население Земли к 2030 году составит примерно 8 млрд. человек, доля рынка в промышленно развитых странах в тоже время будет расти.

Экономический рост, в свою очередь, обуславливает увеличение потребления электроэнергии. По данным Exxon Mobil, мировое потребление энергии увеличится к 2030 году на 50% по сравнению с 2005 годом. Существенный рост спроса будет приходиться на долю развивающихся стран.

На сегодняшний день доля газа, нефти и угля в мировом топливе составляет около 80%, поэтому в связи с этим актуальность использования нетрадиционных источников энергии будет постоянно возрастать. Ожидается и увеличение роста потребления энергии солнца и ветра в мировом масштабе

в среднем на 10% в год и рост потребления гидроэнергии в среднем на 2,2% в год. Однако, к 2030 году, согласно Exxon Mobil, на эти виды энергоресурсов будет приходиться лишь около 9% мирового энергопотребления. Доля ядерной энергетики в мировом энергетическом балансе в 2030 году прогнозируется на уровне 5%.

Мировой энергетический рынок на нынешнем этапе сталкивается с определенными проблемами на пути своего развития, связанные с высокими и неустойчивыми ценами на нефть и газ, истощением крупных месторождений, нехваткой инвестиций для развития и освоения новых месторождений[4] (рис. 1).

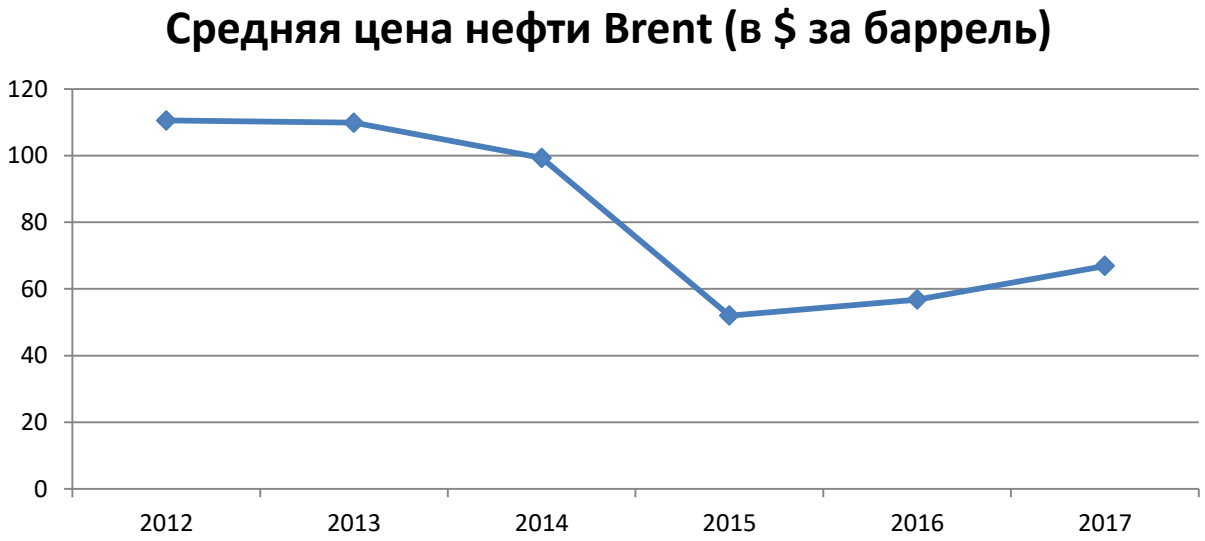


Рис. 1. Средняя цена нефти Brent за период 2012-2017 гг.

Можно выделить следующие ключевые направления интеграционного сотрудничества в сфере энергетики:

- либерализация энергетических рынков;
- повышение роли государства в интеграционном процессе;
- энергетическая безопасность;
- многоуровневая, многоскоростная интеграция;
- создание наднациональных структур;
- гармонизация законодательства государств-участников интеграционных объединений.

Либерализация энергетических рынков включает в себя процесс создания общих рынков газа, нефтепродуктов и электроэнергии. Это стало возможным в рамках интеграционных объединений и формирования общих энергетических рынков, в том числе Европейского Союза (ЕС), Организацию стран-экспортеров нефти (ОПЕК), Ассоциацию государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН), Экономическое сообщество Запада. Африканские государства (ЭКОВАС), Европейская ассоциация свободной торговли (ЕАСТ). Цель либерализации энергетического рынка определяется как достижение приемлемых и устойчивых цен на энергоносители.

Интеграция национальных и региональных энергетических рынков в международное образование охватила все континенты: были созданы межгосударственные энергетические ассоциации и рынки Африки, Северной Америки (НАФТА), Южной Америки (MERCOSUR), Азиатско-Тихоокеанского региона, Европы, а также Международное энергетическое агенство (МЭА), основной целью создания которого была координация энергетической политики.

Интеграционные процессы на всех континентах происходят по-разному. Африканские государства прилагают значительные усилия для формирования общих энергетических рынков: Южноафриканский электроэнергетический пул, Западноафриканский электроэнергетический пул, Восточноафриканское общество, одной из приоритетных областей взаимного сотрудничества которого является про-

изводство, передача и распределение электроэнергии [1].

Необходимо отметить, что энергетическая инфраструктура между странами - членами НАФТА развита неравномерно. К примеру, если Канада может экспортировать в США до 17% произведенной электроэнергии, то Мексика лишь 2,5%. Регулирование энергетического рынка в рамках НАФТА координируется национальным законодательством.

Вопрос сотрудничества дальних стран с крупными интеграционными объединениями в целях повышения конкурентоспособности приобретает все большую актуальность. Не многие постсоветские страны готовы вступить в союз, но они рассматривают такую возможность. В связи с этим должна быть разработана Программа развития форм экономического сотрудничества Евразийского экономического союза с третьими странами, которая позволит выявить степень интеграции отдельной страны в Евразийский экономический союз[2].

Для динамичного развития интеграции прямая заинтересованность бизнес-структур в сотрудничестве крайне необходима. Активно создаются высококонцентрированные промышленные и межотраслевые корпорации с государственным участием [3].

Эффективная конкуренция на рынке уменьшает потребность во внешнем регулировании, так как оно основано на саморегулирующемся механизме, устраняющем чрезмерные доходы, что вынуждает фирмы снижать издержки, а также стимулирует инновации в отрасли.

Одно из ключевых мест здесь занимает совместное предпринимательство - международное межфирменное сотрудничество, сочетающее в себе устойчивые, многосторонние, формальные и неформальные отношения между компаниями, основанные на совместном использовании конкретных ресурсов [5].

Крупнейшие компании на мировом энергетическом рынке, ведущие активное сотрудничество, - это Exxon Mobil, Chevron, Gas de France / SUEZ, Sinopec, ОАО «Роснефть», ОАО «Газпром», ОАО «ЛУКОЙЛ», Qatar Petroleum и другие.

Например, французские компании AREVA и Schneider Electric заключили соглашение, целью которого является стратегическое партнерство для разработки решений по управлению и хранению электроэнергии на основе технологии водородных топливных элементов. Согласно условиям соглашения компании будут объединять свои усилия и опыт для разработки и предложения новых решений по хранению энергии, которые гарантируют надежность электросетей для изолированных объектов и районов с ограниченным доступом к электричеству.

Россия является и импортером, и экспортером энергоресурсов и пытается защитить свои интересы посредством обеспечения долгосрочности и надежности поставок энергоресурсов. В 2016 году Schneider Electric заключила соглашение с компанией «Avelar» на поставку инверторов для первых солнечных электростанций (SPP), запланированных для строительства в России. До 2020 года «Авелар» планирует ввести более 500 МВт солнечной генерации.

Российские компании - производители энергетического оборудования активно сотрудничают с партнерами из зарубежных стран. ПАО Холдинговая компания «ЭЛЕКТРОЗАВОД» и немецкая компания Siemens заключили дистрибьюторское соглашение, согласно которому «ЭЛЕКТРОЗАВОД» будет осуществлять продажу газовых турбин СГТ-800, произведенных Siemens, в России и реализовывать энергетические проекты на их основе.

Заинтересованность к сотрудничеству с российскими компаниями проявляют также китайские предприятия. Так например, компания PowerChina выразила интерес по поводу строительства энергетических объектов в России совместно с ЭСК СОЮЗ.

Опыт международного межфирменного сотрудничества показывает, что это является надежным фактором повышения конкурентоспособности и последующего развития экспорта. Российские предприятия также широко используют международное межфирменное сотрудничество и активно участвуют в международном разделении труда.

Список литературы

1. Глобализация и международная экономическая интеграция // Под ред. Е.Ф. Авдокушина, В.С. Сизова. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 320 с.
2. Левыкина Т.С. Особенности регулирования энергетического рынка в рамках Единого экономического пространства // научное издание: Издательство «Макс Пресс». 2013. – 24 с.
3. Левыкина Т.С., Филькевич И.А. Перспективы развития рынка электрической энергии государств-участников Единого экономического пространства // Вестник экономической интеграции. 2013. №12 – с. 190-196
4. Митрова Т. А., Интеграция рынков природного газа энергетики и проблемы энергобезопасности, Известия Российской академии наук. Энергетика. 2010. № 4.
5. Студеникина Л.А. Россия - ЕС: энергетическое партнерство или конкуренция// Россия и Европейский Союз в большой Европе: новые возможности и старые барьеры. С-Пб. , 2003.

УДК 330.322.16

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ В ЭКОНОМИКУ АФРИКАНСКОГО КОНТИНЕНТА

ЖДАНОВА ОЛЬГА АЛЕКСАНДРОВНА,
к.н.э., доцент
ФЕДОТОВА ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА,
ВТОРОВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА
Студенты
ФГБОУ ВО «РЭУ имени Г.В. Плеханова»

Аннотация: Достижение макроэкономической стабильности в целях обеспечения устойчивого экономического роста стало одной из главных задач для стран Африки за последние десятки лет. Был образован важнейший финансовый институт - Африканский банк развития. Ожидаемый приток новых инвестиций на континент продолжает стимулировать к развитию, и поднимать экономику на сравнительно новый уровень. На сегодняшний день многие страны-лидеры постепенно осуществляют экспансию в страны Африки, рассматриваяя экономику этих стран, как выгодный объект инвестирования.
Ключевые слова: Африканский Банк Развития, сокращение бедности, экономический рост, инвестиции, финансовые вложения, новые экономические возможности, экспансия.

THE BASIC TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS IN THE ECONOMY OF THE AFRICAN CONTINENT

Zhdanova Olga Alexandrovna
Fedotova Elena Vladimirovna,
Vtorova Anastasia Alexandrovna

Abstract: The achievement of macroeconomic stability to ensure sustainable economic growth has become one of the major challenges for African countries over the last decades. The most important financial institution, the African development Bank, was established. The expected inflow of new investments to the continent continues to stimulate development and raise the economy to a relatively new level. Today, many of the leading countries are gradually expanding into Africa, considering the economy of these countries as a profitable investment.
Key words: African Development Bank, poverty reduction, economic growth, investments, financial investments, new economic opportunities, expansion.

Африканский банк развития (АфБР) - региональный межгосударственный банк по кредитованию программ экономического и социального развития африканских стран. Исторически сложилось так, что это первая международная финансовая организация независимых государств Африки, созданная в 1963 г. с целью развития индустриализации стран данной группы и ослабления их зависимости от

конъюнктуры на мировом рынке сырьевых товаров. За годы деятельности организации сменялись различные формы и методы работы банка со странами - получателями кредитов и ссуд, совершенствовалась и улучшалась структура самой организации, происходили сдвиги в отраслевой структуре инвестиций, увеличились масштабы деятельности банка: теперь он сотрудничает с более чем 78 странами мира, в т.ч. с африканскими, европейскими и азиатскими.

Основная цель банка заключается в оказании помощи странам Африки по достижению стабильного экономического развития и социального прогресса. Исходя из цели, задачей, которую ставит перед собой организация на долгосрочную перспективу, является сокращение бедности, а также содействие устойчивому экономическому росту на континенте.

После получения своей независимости африканский континент остался фактически без источников финансирования, которые могли бы запустить новый механизм развития экономики. Пострадали многие отрасли и сферы жизни. Для того чтобы наладить сложившуюся экономическую ситуации и сбавить градус напряжения во многих странах, были созданы несколько финансовых объединений на базе АфБР.

1) Африканский банк развития (The African Development Bank)
2) Африканский фонд развития (The African Development Fund)
3) Доверительный фонд Нигерии (The Nigeria Trust Fund)

Как правило, в различных источниках научной литературы выделяют две группы членов АБР. К ним относятся:

1) Региональные (страны, которые расположены на континенте и имеющие право получать инвестиции от банка).

2) Нерегиональные (страны, не расположенные на африканском континенте, однако вносящие свои финансовые средства в банк и в основной фонд).

Самыми крупными африканскими акционерами из региональных членов организации являются Нигерия, Алжир, Ливия, Марокко, ЮАР, Египет и Заир. Начиная с 1982 года в учредительных документах АБР вносились изменения, которые повлекли за собой возможность вступления в банк неафриканских членов, но с некоторыми ограничительными условиями. Основными источниками финансирования банка являются акционерный капитал, формируемый за счет подписки на акции государствами-членами, а также различные ресурсы банка.

Привлечение дополнительных инвестиций в Африку стало одной из первостепенных задач. Неафриканские члены банка, всегда являлись крупными инвесторами, в отличие от стран африканского континента. Лидерами и странами занимающие первые позиции в рейтинге вкладов в банк стали Китай, Франция, США, Германия. Африканский банк развития активно продвигает политику по привлечению дополнительного капитала. Под эти гарантии АБР привлекает средства на мировом рынке облигаций.

Для реализации многих инвестиционных проектов группы АфБР, страны участники мобилизуют внутренние и внешние ресурсы, опираясь на стратегическую миссию организации. Из этого вытекают следующие более конкретные задачи, которые ставит перед собой Банк:

1) Развитие экономической сферы
2) Улучшение социальных условий
3) Финансирование государственных проектов
4) Обеспечение новых возможностей для населения
5) Оказание технической помощи
6) Расширение масштабов ресурсной базы

Следующей организацией входящей в группу АфБР является Африканский фонд развития. Дата его образования приходится на 1972, но лишь в 1974 году он начал активно функционировать. В целом, если проводить параллель, то основная деятельность не многим отличается от АБР. Основной миссией образования данного фонда является наращивание экономического потециала и финансирование на льготных условиях в целях содействия вкладу Африканского банка развития в экономическое и социальное развитие более бедных африканских государств Центральной и Западной Африки. Фонд в совокупности инвестировал 45 млрд. долларов США за 44 года работы на африканском континенте. В

основе фонда главным образом, лежит финансирование проектов и техническая помощь, а также различные наукоемкие исследования. Фонд направляет большую часть средств на удовлетворение потребностей стран членов АБР, в которых ВНП на душу населения составляет менее 510 долларов. Членами Фонда являются все развитые страны-члены АБР.

Последний институт, который входит в состав группы АфБР - это Доверительный фонд Нигерии, который был создан на основе соглашения от 1976 года. Его основная функция - обеспечение денежными средствами стран с низким уровнем дохода, на льготных условиях займа. При этом совместно с АБР доверительный фонд Нигерии провел ряд экономических исследований и впоследствии выделил группу с наиболее бедственным экономическим положением, как основной обьект финансирования.

Группы финансируемых проектов включают в себя проекты, программы и исследования в сфере сельского хозяйства, промышленности, инфраструктуры, а также в сфере социального развития, проведения реформ, борьбы с нищетой в развивающихся странах с медленным уровнем развития.

Стратегия развития инвестиционной привлекательности на 2013-2022 годы охватывает желания всего африканского континента, а не отдельных регионов. Расматаривая данный блок, нельзя не упомянуть касательно сотрудничества России и стран Африки. Африка сейчас проходит этап экономической трансформации. Представление минувших десятилетий об Африке как о континенте бесперспективной отсталости и тотальной бедности более не соответствует действительности. Накопленное отставание еще велико, однако Африка в целом, и в особенности Африка южнее Сахары, начинает постепенно наверстывать упущенное [1, с. 9-18]. На данный момент наблюдается устойчивое экономическое развитие на протяжении десятков лет, но этот процесс был неравномерным и без прочного финансового фундамента есть ещё к чему стремиться. Если в 2011 году по инвестиционной привлекательности континент был на предпоследнем месте, то по состоянию на 2013 год он занимал второе место, пропустив вперед только Северную Америку. Сотрудничество России со странами Африки ознаменовалось бы новым стратегическим партнерством, учитывая то, какие перспективы могут быть открыты для дальнейшего сотрудничества. Рассматривая вход российских инвестиций, как новую ветвь развития международных геополитических отношений, стоит учесть все подводные камни, лежащие на пути свободного денежного потока.

За последние годы в российско-африканских экономических отношениях была заметна определенная стагнация. Некоторые механизмы сотрудничества давно устарели, а многие обязательства так и не были реализованы. Однако интерес со стороны российских предпринимателей к африканскому континенту заметно возрастает, т.к. последний в условиях жесткой международной конкуренции предлагает уникальный спектр деловых ниш, вариации сделок на котором могут достигать до сотен миллионов долларов США. На сегодняшний день такими привилегиями успешно пользуется Китай, прочно обосновавшись во многих секторах экономики. Китайские инвестиции «бурной рекой» вливаются в развивающиеся африканские компании. Обьектом конкуренции и обостряющегося соперничества являются ресурсные богатства континента, быстрорастущие рынки потребления товаров и услуг в африканских странах, интеллектуальный потенциал и симпатии ее самого быстрорастущего в мире населения [2, с.5]. В границах Африки около 40% общих запасов золота планеты и 30% общемировых полезных ископаемых. А также огромные залежи нефти и природного газа, которые относительно недавно начали добывать в таких странах как Нигерия и Мозамбик. Около 40% составляет молодое население, не достигшее 17-летнего возраста, а значит, а это, безусловно, является серьезной заявкой на составление конкуренции Азии в отношении рабочей силы и потребительства.

Формы вложения капитала могут быть абсолютно разные. Они включают в себя совместное финансирование проектной деятельности, предоставление гарантий, кредиты и займы. Все эти формы партнерства доступны для российских инвесторов уже сейчас. При этом важным моментом является выбор наиболее правильного механизма реализации данных форм. Одними из таких является субподряд и создание совместных предприятий в странах Африки.

За последние годы между правительством нашей страны и правительством ряда африканских стран были подписаны множество договоренностей, которые должны усилить взаимосотрудничество и партнерские отношения между странами. Тот факт, что экспансия в отношении африканского континента развивается стремительно, говорит о том, что конкуренция в африканской экономике между другими

странами с каждым годом все больше увеличивается. Новыми приоритетными отраслями, становятся промышленность, ориентированная на внешний рынок, транспортная сеть, наука, IT, а также сектор услуг, включая мобильную телефонию и интернет [3, с.19].

Список литературы

1. Фитуни Л.Л. Дифференциация развивающихся стран и новая архитектура мировой экономики. (Вопросы теории) // Азия и Африка сегодня. — 2012. — №10 (663). — С.9-18.
2. Абрамова И. О. Новая роль Африки в мировой экономике XXI века. — М.,2013. — С. 5.
3. Абрамова И., Пеликанов Д. Африка в век информационных технологий: возможность прорыва.// Азия и Африка сегодня. — 2001. — №8. — С.19.

© О.А. Жданова, Е.В. Федотова, А.А. Второва, 2019

УДК 330

ПОСЛЕДСТВИЯ ВСТУПЛЕНИЯ РОССИИ В ВТО

КУБАНЦЕВА ОЛЬГА ВИКТОРОВНА,
к.э.н., доц. кафедры учета, анализа и аудита
НАВОДЧЕНКО ЮЛИЯ ЮРЬЕВНА
Студент
ФГБОУ ВПО «РАНХиГС при Президенте РФ»

Аннотация. На протяжении почти двух десятилетий Российская Федерация стремилась вступить во Всемирную торговую организацию. Сторонники данной интеграции рассчитывали на положительные аспекты развития российской экономики, упуская из виду потенциальные угрозы. В статье рассмотрено позитивное и негативное влияние на экономику и производство в России после шестилетнего периода членства в организации.
Ключевые слова: ВТО, страна-участник, экономика, производство, санкции, ограничения.

CONSEQUENCES OF RUSSIA'S WTO ENTRY

Annotation. For nearly two decades, the Russian Federation has sought to join the World Trade Organization. Proponents of this integration relied on the positive aspects of the development of the Russian economy, losing sight of the potential threats. The article considers the positive and negative impact on the economy and production in Russia after a six-year period of membership in the organization.
Keywords: WTO, member country, economy, production, sanctions, restrictions.

В 1995 году Всемирная торговая организация (далее – ВТО) заменила собой Генеральное соглашение по тарифам и торговле (ГАТТ), действовавшее с 1947 года. Основная цель работы организации заключается в либерализации международной торговли и урегулировании торгово-политических споров. Всемирная торговая организация действует на основе принципов предоставления странам–участницам режима разрешения торговых споров путём консультаций и переговоров, а также гласность торговой политики. Последний пункт включает в себя открытую публикацию законов и правил, регулирующих внешнеторговую деятельность. На сегодняшний день членами организации являются 164 государства, которые контролируют 97% мировой торговли.

22 августа 2018 г. исполнилось шесть лет со дня вступления России во Всемирную торговую организацию. Как отмечают экономисты, превращение в полноправного участника объединения далось стране нелегко, а переговорный процесс начался еще в 1995 году и продолжался в течение следующих 17 лет.

Еще в 2007 году руководивший в то время организацией Паскаль Лами заявлял о том, что ВТО не может стать многосторонним международным объединением без участия России. На этом фоне многие государства были всерьез заинтересованы в принятии РФ в торговую группу. Вместе с тем размеры российской экономики и, соответственно, необходимость учитывать целый ряд ее особенностей стали одной из причин затянувшихся переговоров.

Когда принимают большую экономику и у внешних партнеров есть серьезные интересы к ее рынку, естественно, торг идет очень жесткий. Обсуждение шло в плане доступа на российский рынок широкого спектра товаров и услуг: финансов, банков, страхования, автопрома, авиапрома, фармацевтики, мебельной промышленности и других. Отдельно рассматривался и объем поддержки национального сельского хозяйства. По этим вопросам переговоры были довольно тяжелые и длительные [1].

Кроме того переговорный процесс тормозили конфликт Грузии и Южной Осетии в 2008 году. Тогда западные дипломаты отказывались идти на контакт с российской стороной. Но уже в декабре 2011 года был подписан официальный протокол о принятии России в ВТО, и 22 августа 2012 года страна стала 156-м членом организации.

После вступления в ВТО Россия получила свободный выход на все внешние рынки других участников объединения, в том числе США, ЕС, КНР и других. При этом ни одно государство не вправе блокировать этот доступ без объяснения причин.

Результатом членства России в ВТО за последние шесть лет стал рост поставок за рубеж целого ряда товаров, в частности продукции сельского хозяйства. Как следует из данных ФТС, такая ситуация начала постепенно сказываться на изменении структуры экспорта страны.

Так, с 2012 по 2017 год доля продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья в поставках России за границу увеличилась с 3,2 до 5,8%, продукции химической промышленности – с 6,1 до 6,7%, древесины и целлюлозно-бумажных изделий – с 1,9 до 3,3%, металлов и изделий из них – с 8,5 до 10,4%, а машин, оборудования и транспортных средств – с 4,2 до 6%. Примечательно, что доля поставок минеральной продукции за этот же период времени, напротив, сократилась с 71,3 до 60% [2].

В то же время сохраняющаяся высокая ориентированность России на экспорт сырья пока не позволяет стране в полной мере ощутить все преимущества членства в ВТО. Так, государству по-прежнему необходимо диверсифицировать свои поставки и в первую очередь экспортировать «современные товары и услуги», то есть продукцию с высокой добавленной стоимостью.

Активное движение в данном направлении власти страны намерены осуществить уже в ближайшие годы. Согласно майскому указу президента «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», в течение следующих шести лет ежегодный объем экспорта несырьевых неэнергетических товаров должен достигнуть $250 млрд. При этом поставки продукции машиностроения должны вырасти до $50 млрд. в год, услуг – до $100 млрд., товаров агропромышленного комплекса – до $45 млрд. [3].

Одним из главных преимуществ членства России в ВТО стала возможность страны выстраивать внешнеторговые альянсы.

Завершение переговоров об участии в организации позволило России сконцентрироваться на своем ключевом региональном проекте – Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС) – и за счет него начать активные переговорные процессы по всему миру. Так, уже в мае 2015 года Россия в рамках ЕАЭС заключила своё первое соглашение о создании зоны свободной торговли (ЗСТ) с Вьетнамом.

Сейчас уже несколько десятков стран выразили заинтересованность в создании ЗСТ и других альянсов с Россией и ее партнерами по ЕАЭС. В 2018 году ожидалось возможное образование зоны свободной торговли с Сингапуром, а также подписание иных торговых соглашений с государствами АСЕАН и странами Восточной Азии. Есть и соглашение о торгово-экономическом сотрудничестве с Китаем, а также возможности продвижения в сторону экономического альянса с Индией.

Еще до членства в ВТО Россия пыталась найти способ встроиться в мировую экономику за счет объединения с развитыми странами. Теперь же Москва начинает создавать собственные интеграционные платформы. Россия на сегодняшний день обладает большим потенциалом для формирования альянсов между странами ВТО, в первую очередь на основе БРИКС.

Еще одним положительным результатом участия России в ВТО экономисты называют активную позицию страны в урегулировании торговых споров в рамках организации. Начиная с 2012 года, Россия приняла участие в 47 процессах в качестве третьей стороны, при этом сама семь раз выступала инициатором разбирательства и восемь раз – ответчиком.

Любопытно, что удовлетворение жалоб России началось только в 2018 году. Так, из семи поданных исков в июле Россия сумела одержать победу в споре о пошлинах с Украиной, а уже в августе третейская группа ВТО поддержала Москву в деле против применения ЕС мер «третьего энергопакета». В то же время остальные пять процессов по-прежнему остаются открытыми. Последний из них был инициирован Россией против США в июне после введения Вашингтоном ограничений на импорт стали и алюминия.

Россия начала одерживать победы в спорах. Это говорит о том, что ВТО становится эффективным инструментом в руках российской экономической дипломатии в деле защиты интересов национальных производителей от необоснованного протекционизма со стороны других стран [3].

Отмечая положительные стороны вступления России в ВТО, нельзя не отметить некоторые негативные аспекты.

Так, вступление России в организацию было сопряжено с достаточно невыгодными условиями, что отразилось на сельском хозяйстве. Согласно договоренностям у России оказалось меньше возможностей поддерживать собственное сельское хозяйство, чем у других государств-участников, например, у Швейцарии или Турции. Действительно, от России потребовали отмены некоторых мер поддержки отечественного сельхозпроизводителя, поскольку они могли выступать в качестве протекционистских мер. При этом, турецкие производители могут рассчитывать на получение кредита на развитие своего производства под 2% внутри страны, тогда как у российских компаний подобной возможности нет (кредитная ставка для них находится на уровне 20%, субсидирование – на уровне 6%).

Согласно результатам исследования Санкт-Петербургского государственного экономического университета о членстве России в ВТО для России существенно сократились возможности выхода на рынок высокотехнологичной продукции.

Кроме того западные конкуренты во многом влияют на состояние российской экономики и производства. Выражается это в росте цен на продукцию отечественных производителей. Кроме того в связи с тем, что крупные западные корпорации смогли разместить свои дочерние предприятия на территории России, у них появилась возможность вывозить капитал из страны.

Наибольший вред нанесли уступки в одностороннем порядке, на которые были вынуждены пойти российские чиновники до подписания официального протокола. Эксперты оценивают потери федерального бюджета за шестилетний период членства страны в ВТО в 871 млрд. руб. Если принять в расчет мультипликативный эффект, то сумма возрастает до 12-14 трлн. руб.

Самый заметный вред был нанесен таким отраслям как машиностроение (снижение объема производства составило 14%), легкая промышленность (производство снизилось на 9%) и деревообработка (объем производства упал на 5%). Сельскохозяйственное машиностроение за период 2015-2017 гг. практически было вытеснено иностранными производителями полностью [4].

Необходимо отметить, что санкционные меры, которые применяются в отношении России с 2014 г. иностранными партнерами по ВТО, противоречат принципам организации. На основании этого многими российскими экономистами, экспертами и политиками было высказано мнение о целесообразности нахождения страны в этой организации.

В начале 2018 г. Коммунистическая партия РФ вносила в Государственную Думу на рассмотрение законопроект о выходе РФ из ВТО [5]. Законопроект был отклонен, однако создание прецедента позволяет говорить о том, что возможности членства в этой организации в ближайшей перспективе вряд ли обеспечат России ожидаемые экономические преференции.

Таким образом, можно сделать вывод, что вступление России в ВТО расценивалось раньше как конкретный шаг на пути модернизации экономики РФ и как весьма необходимый толчок, способный заставить Правительство продолжить работу по реформированию и диверсификации экономики. Однако, данное решение имеет как положительные, так и отрицательные последствия. Вместе с интеграцией России в мировую экономику мы получили и ряд проблем для собственного производства вкупе со снижением государственных доходов от пошлин на ввозимые товары.

Список литературы

1. Россия в ВТО: экономические последствия – Вести.Экономика. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.vestifinance.ru/articles/104273 (дата обращения: 28.12.2018).

2. Россия в ВТО: экономические последствия – Рамблер. – [Электронный ресурс] – Режим доступа:

https://finance.rambler.ru/economics/40382018/?utm_content=rfinance&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 28.12.2018).

3. Последствия вступления России в ВТО – News Politics. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://newspolitics.ru/posledstviya-vstupleniya-rossii-v-vto.html (дата обращения: 28.12.2018).

4. Вступление РФ в ВТО сравнили с убийством экономики страны – ИА REGNUM. – [Электронный ресурс] – Режим доступа:: https://regnum.ru/news/2440998.html (дата обращения: 28.12.2018).

5. Замахина Т. Госдума попросила кабмин изучить целесообразность выхода из ВТО / Т. Замахина // Российская газета. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://rg.ru/2018/01/12/gosduma-poprosila-kabmin-izuchit-celesoobraznost-vyhoda-iz-vto.html (дата обращения: 28.12.2018).

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 338.984

НАУКОГРАДЫ РОССИИ КАК БАЗА К ФОРМИРОВАНИЮ ИННОВАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ

АХМЕДУЕВ АБАС ШАПИЕВИЧ,
д.э.н., профессор, главный научный сотрудник Отдела социально-экономической политики региона ФГБУН «Институт социально-экономических исследований ДНЦ РАН»
МЕДЖИДОВ ЗАУР УРУДЖАЛИЕВИЧ
Старший преподаватель кафедры "Информационные технологии и информационная безопасность"
ГАОУ ВО "Дагестанский государственный университет народного хозяйства"

Аннотация: В статье подняты вопросы формирования в России наукоградов как важного элемента инновационной экономики и основы для создания инновационных кластеров. Наукограды, как муниципальное образование со статусом городского округа, имеют для этого все необходимое, благодаря наличию высокого научно-технического потенциала, с градообразующим научно-производственным комплексом.
Ключевые слова: наукограды, инновационные кластеры, развитие регионов, научно-технический потенциал.

RESEARCH CAMPUS OF RUSSIA AS BASE TO FORMING OF THE INNOVATION CLUSTERS

Akhmeduyev Abas Shapiyevich,
Medzhidov Zaur Urudzhaliyevich

Abstract: In article questions of forming in Russia of science cities as important element of the innovation economy and basis for creation of the innovation clusters are brought up. Science cities as the municipal unit with the status of the city district, have for this purpose all necessary, thanks to presence of high scientific and technical potential, with city-forming scientific-industrial complex.
Key words: research campus, the innovation clusters, development of regions, scientific and technical potential.

За последние два десятилетия Россия неизменно увеличивала своѐ отставание в области инновационной деятельности от стран, которые давно поняли, что именно инновационная промышленность является главной движущей силой их производственного и экономического развития. Однако эта проблемы была замечена, и сегодня главным вопросом в развитии страны стоит именно создание такой инновационной структуры, которая помогла бы России выйти из весьма устарелой экспортно-сырьевой модели экономики. Более того, ученые РАН выполнили анализ, который показывает, что если страна будет продолжать жить за счет экспорта нефти и газа, а инновационные процессы будут идти в вялотекущем режиме, то удвоение ВВП возможно только через 35 лет. Если осуществить инновационные проекты по нано- и биотехнологиям, то удвоение ВВП произойдет через 25 лет. Модернизация в

нефтегазовом комплексе и вовсе ускорит этот процесс в два раза.

Изюминка сегодняшней модернизации заключается в создании в России нового бизнеса – научного. И, по мнению президента, иноград Сколково – «пробирка», в которой должен зародиться этот симбиоз. Потом его планируют «пересадить» в Санкт-Петербург, Томск, Новосибирск и далее по стране [1].

Однако, при более пристальном рассмотрении, можно заметить множество ошибок, допущенных при формирования заветного кластера. К примеру, наиболее значимым элементом замысла создания Сколково является привлечение в центр венчурных капиталов. Поскольку приглашение к сотрудничеству со «Сколково» уже приняли «Nokia», «Siemens», «Microsoft», «Cisco», а отечественная промышленность в рамках данного проекта к «инновационным» преференциям фактически не допускается, налицо перевод экономики страны в режим интеллектуального аутсорсинга [2].

Следуя примерам успешно существующих на западе научных кластеров, академическая наука в современном технополисе будет представлена в виде филиалов университетов, исследовательских и учебных центров, представительства крупнейших компаний, инкубаторов для стартапов.

Однако, Джек Барбанел из Strategic Investment Group, выступая на конференции Американской торговой палаты (АТП) заявил, что инновационный центр в Сколково лишен решающего козыря, необходимого для успеха – научных умов, которые способны обеспечить прорыв. Именно научный потенциал был фундаментом американских Кремниевой долины и Массачусетского технологического университета (MIT). Базовое условие успеха инновационного центра – лаборатория идей, которые потом можно конвертировать в доходы. Намного логичнее использовать научную базу Зеленограда или Долгопрудного, уверен управляющий партнер Almaz Capital Александр Галицкий [3].

Действительно, на территории Сколково сейчас нет ни одного университета, а для развития работоспособной образовательной и исследовательской структуры, при любых финансовых вливаниях, потребуется не одно десятилетие. А без неѐ не стоит ожидать успехов в разработке, и тем более коммерциализации инноваций.

Помимо этого стоит отметить, что и само место для размещения данного кластера выбрано весьма неудачно. К примеру, если земли Сколково управляющая компания проекта получит в собственность от государства без какого-либо кредитного или иного обременения, то потом их предполагается сдавать в аренду девелоперам по огромным «рублевским» тарифам. Что довольно сильно затрудняет размещение на территории предприятий малого и среднего бизнеса. Вместе с тем, возведение наукограда в центре поля, тем более на Рублевке, потребует финансовых вливаний гораздо больших, чем обозначенные 200 млрд. рублей. Так, строительство дороги до Сколково, всего в 4,5 км обошлось уже в 6,5 млрд. рублей.

В силу этого, многие специалисты оценивают шансы на реализацию идеи инограда мирового уровня в Сколково в 5 %.

Исходя из выше сказанного, можно заключить, что вместо того, чтобы собирать все инновационные отрасли в одном только Сколково, правильнее было бы разделить их по всей стране. А точнее по тем регионам, в которых они уже находятся в весьма развитом состоянии.

Однако на территории России уже есть наукограды, занимающиеся разработками во всех предложенных отраслях.

К примеру, на базе фармакологических производств Бийска, в Алтайском крае, формируется биофармацевтический кластер. Численность его сотрудников уже превысила 220 тыс. В нем действуют такие градообразующие предприятия как Бийскэнергомаш, Алтайвитамины и Эвалар.

Ещѐ со второй половины 1990-х годов в городе Дубна Московской области создается международный инновационный центр нанотехнологий и российский центр программирования. Также там ведутся разработки в сфере ядерной физики. Притом 90 % инвестиций в Дубне – внебюджетные.

Наукоград обладает развитым научным потенциалом, в нем располагаются НИИ Атолл, Институт физико-технических проблем и НИИ Прикладной акустики. Город постепенно становится российским центром нанотехнологий, вместе с подмосковным Троицком [2].

В Московской области также располагаются два центра авиа- и аэрокосмических систем. В Жуковском, насчитывающем более 100 тыс. сотрудников, действуют НИИ Авиационного оборудования,

Московский Научно-исследовательский институт «Агат», Научно-исследовательский институт приборостроения им. В.В. Тихомирова, центр научно-технических услуг Динамика, Научно-производственно-коммерческая фирма «Мавр». Что дает этому району огромный научно-исследовательский потенциал. Второй подмосковный аэрокосмический кластер располагается в городе Реутов. Развивается он весьма значительными темпами – по итогам 2009 года бюджет Реутова составил 1811 млн рублей, и увеличился за 5 лет в 2,6 раза [5].

Нельзя забывать и про Новосибирск. Крупнейший в России Академгородок, расположенный на его территории, насчитывает более 130 тыс. сотрудников и 31 институт, занимающихся разработками в лазерной физике, химической кинетике, системах информации, ядерной физике и органической химии. А новосибирский наукоград Кольцово, прославился своими разработками в области биотехнологий и вирусологии.

Исходя из вышесказанного, стоит подчеркнуть, что, не смотря на то, что инновационная деятельность в России не особо развита, в стране существует огромный научно-исследовательский потенциал, сохранившийся в большинстве своем ещѐ с советских времен. И вместо того, чтобы начинать инновационные преобразования в стране с нуля, как, к примеру, в Сколково, стоит обратить внимание на уже готовые площадки, для развития которых потребуются гораздо меньшие финансовые и интеллектуальные вливания.

Список литературы

1. Тимофеева И. Президент запустил свой главный проект – «Сколково» // Новая газета. – 1 октября 2010. – № 109.

2. Меджидов З.У. Влияние ОЭЗ на регионы России // В сборнике: Актуальные вопросы стимулирования развития и модернизации экономики региона Материалы I Всероссийской научно-практической конференции. Под общей редакцией: Абдулманапова С.Г., Бучаева Я.Г., Шарипова Ш.И. – 2015. – С. 43-48.

3. Инновационный центр МФТИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://miptic.ru/index/news/n_4gnt8i.html.

2. Администрация города Реутов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.reutov.net/ru/authority/reports/index.php?id_4=5742.

© Ахмедуев А.Ш., Меджидов З.У., 2019

УДК 339.56

ПРОЦЕСС ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

МАДАТОВА ОКСАНА ВЛАДИМИРОВНА,
к.э.н., доцент
ЕЗУГОВА ФАТИМА ЗАУРБИЕВНА
студентка
факультет «инновационного бизнеса и экономики»
Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ

Аннотация: В данной статье авторами рассматривается процесс обеспечения внешнеэкономической безопасности на региональном уровне, на примере Краснодарского края. Также, анализируются: внешняя торговля края, динамика внешнеторгового оборота, динамика экспорта и импорта основных товаров, динамика экспорта и импорта со странами Дальнего зарубежья и государствами-участниками СНГ.
Ключевые слова: экспорт, импорт, внешняя торговля, внешнеэкономическая безопасность, внешнеторговый оборот.

THE PROCESS OF ENSURING THE EXTERNAL ECONOMIC SAFETY AT REGIONAL LEVEL

Madatova Oksana Vladimirovna,
Ezugova Fatima Zaurbievna

Abstract: in this article the authors consider the process of ensuring foreign economic security at the regional level, on the example of the Krasnodar region. Also, analyzed: foreign trade of the region, the dynamics of foreign trade, the dynamics of exports and imports of basic goods, the dynamics of exports and imports with Foreign countries and CIS member States.
Key words: export, import, foreign trade, foreign economic security, foreign trade turnover.

Одна из первых форм международных отношений в сфере экономики – внешняя торговля, которая представляет собой обмен продукции между странами. В современных условиях во внешнеторговых отношениях участвуют все субъекты мирового хозяйства, в основе которого стоит международное разделение труда.

Внешняя торговля – торговля между странами, состоящая из экспорта и импорта товаров и услуг. Внешнеторговые отношения осуществляются, прежде всего, через коммерческие сделки, которые оформляются внешнеторговыми договорами и регулируются страной. Этот процесс регулируется такими инструментами, как: таможенный тариф, лицензирование, контингентирование и др. нетарифные ограничения, а также прямое и косвенное субсидирование экспорта и др. [1, с. 213].

Под внешнеторговым оборотом понимается общая величина импортируемых и экспортируемых товаров, сумма стоимостей импорта и экспорта государства, группы стран за год, квартал, месяц.

Внешнеторговый оборот характеризуется объемом импортируемых и экспортируемых товаров,

их динамика, товарный состав, географическое распределение, участие в международных торговых отношениях, а также ее значение в экономике страны [2, с. 342].

Видимыми товарами называются товары, которые подлежат таможенной обработке. Статистика внешнеторгового оборота "видимыми товарами" - составная часть статистики внешнеторговых связей, осуществляющая кроме учета импортируемых и экспортируемых товаров, ведет учет иных операций.

К показателям, характеризующим внешнюю торговлю относятся: внешнеторговый оборот, экспорт, импорт [3., с. 173].

В таблице 1 представлены основные показатели внешней торговли Краснодарского края за 2015-2017 гг.

Таблица 1

Анализ внешней торговли Краснодарского края, за 2015-2017 гг., млн.долл.

Показатель	2015г.	2016г.	2017г.	Отклонения 2016г. от 2015г.		Отклонения 2017г. от 2016г.	
				+/-	%	+/-	%
Внешнеторговый оборот, всего	10280	9223	11640	-1057	-10,3	2417	26,2
В т.ч со странами:							
Дальнего зарубежья	9449	8316	10463	-1133	-11,9	2147	25,8
СНГ	831	907	1177	76	9,1	270	29,8
Экспорт, всего	6276	5589	7043	-687	-10,9	1454	26,0
В т.ч со странами:							
Дальнего зарубежья	5853	5181	6545	-672	-11,5	1364	26,3
СНГ	423	408	498	-15	-3,5	90	22,1
Импорт, всего	4004	3634	4597	-370	9,2	963	26,5
В т.ч со странами:							
Дальнего зарубежья	3596	3135	3919	-461	-12,8	784	25,0
СНГ	408	499	679	91	22,3	180	36,1

Проанализировав таблицу 1, можно сделать выводы о том, что в 2016 году по сравнению с 2015 годом внешнеторговый оборот уменьшился на 1057 млн.долл., в т.ч. со странами Дальнего зарубежья – на 1133 млн.долл., однако со странами СНГ увеличился на 76 млн.долл. Экспорт в 2016 году по сравнению с предыдущим годом – снизился на 687 млн.долл. (со странами Дальнего зарубежья и СНГ – на 672 млн.долл. и на 15 млн.долл. соответственно). За анализируемый период снизился импорт на 370 млн.долл. Значительно уменьшился со странами Дальнего зарубежья – на 461 млн.долл. Однако импорт со странами СНГ показывает положительную динамику, увеличение на 91 млн.долл. В 2017 году по сравнению с 2016 годом произошли изменения. Внешнеторговый оборот в 2017 году увеличился на 2417 млн.долл., в т.ч со странами: Дальнего зарубежья – на 2147 млн.долл., СНГ – на 270 млн.долл. Экспорт вырос на 1454 млн.долл. Значительное увеличение произошло за счет стран Дальнего зарубежья – увеличился на 1364 млн.долл. Также за анализируемый период увеличился импорт – на 963 млн.долл., в т.ч со странами: Дальнего зарубежья – на 784 млн.долл., СНГ – на 180 млн.долл [4].

В таблице 2 проанализируем динамику внешнеторгового оборота Краснодарского края за I полугодия 2017 и 2018 гг.

Таким образом, за I полугодие 2017 года внешнеторговый оборот увеличился на 35,8% или 5585 млн.долл.США. Также увеличился экспорт и импорт – на 42, 2% и на 27,4% соответственно. За I полугодие 2018 года внешнеторговый оборот вырос на 17,7%, экспорт увеличился на 21,7%, а импорт на 11,8% [4].

Таблица 2

Динамика внешнеторгового оборота Краснодарского края I полугодие 2017г., I полугодие 2018г.

	Внешнеторговыйоборот		в том числе:			
			Экспорт		Импорт	
	млн. долл. США	в % к соответствующему периоду предыдущего года	млн. долл. США	в % к соответствующему периоду предыдущего года	млн. долл. США	в % к соответствующему периоду предыдущего года
2017[1)] I полугодие	5585,6	135,8	3311,2	142,2	2274,4	127,4
2018 I полугодие	6572,7	117,7	4029,1	121,7	2543,6	111,8

В таблице 3 проведем анализ динамики экспорт и импорта со странами Дальнего зарубежья и СНГ.

Таблица 3

Динамика экспорта и импорта со странами Дальнего зарубежья и государствами- участниками СНГ I полугодие 2017г., I полугодие 2018г.

	Страны дальнего зарубежья				Государства-участники СНГ			
	Экспорт		Импорт		Экспорт		Импорт	
	млн. долл. США	в % к соответствующему периоду предыдущего года	млн. долл. США	в % к соответствующему периоду предыдущего года	млн. долл. США	в % к соответствующему периоду предыдущего года	млн. долл. США	в % к соответствующему периоду предыдущего года
2017 I полугодие	3085,6	142,7	1936,2	123,6	225,6	136,2	338,2	154,1
2018 I полугодие	3759,2	121,8	2178,8	112,5	269,8	119,6	364,8	107,9

В I полугодии 2017 года увеличился экспорт в страны Дальнего зарубежья на 42,7%, импорт на 23,6%, также произошло увеличение экспорта и импорта со странами СНГ – на 36,2% и 54,1% соответственно. В I полугодии 2018 года также наблюдается рост экспорта и импорта со странами Дальнего зарубежья и СНГ. Экспорт и импорт с государствами-участниками СНГ – увеличился на 19,6% и на 7,9% соответственно. Со странами Дальнего зарубежья импорт увеличился на 12,5%, экспорт на 21,8%. В I полугодии 2018 по сравнению с I полугодием 2017 экспорт в страны Дальнего зарубежья увеличились на 673,6 млн.долл., а импорт вырос на 242,6 млн.долл. Из анализа видно, что экспорт и импорт в страны СНГ за исследуемый период также увеличились на 44,2 млн.долл. и на 26,6 млн.долл. Таким образом, проанализировав таблицу, можно сделать вывод о том, что за I полугодии 2018 экспорт показывает более положительную динамику, чем импорт [4].

Проанализируем в таблице 4 экспорт основных товаров в январе-июне 2018 года.

Таблица 4

Динамика экспорта основных товаров в январе-июне 2018 г.

Показатель	млн. долл. США	В % к итогу
Всего	4029,1	100
из них: топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки, битуминозные вещества, воски минеральные	2398,6	59,5
Злаки	795,2	19,7

Таким образом, проанализировав таблицу 4, можно сделать вывод, что наибольший удельный вес имеют – топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки, битуминозные вещества, воски минеральные – 59,5% или 2398,6 млн.долл., а также злаки – 19,7% или 785,2 млн.долл.

В таблице 5 рассмотрим импорт основных товаров в январе-июне 2018 года.

Таблица 5

Импорт основных товаров в январе-июне 2018г, в млн.долл.

Показатель	Млн. долл. США	В % к итогу
Всего	2543,6	100
из них: молочная продукция, яйца птиц; мед натуральный; пищевые продукты животного происхождения, в другом месте не поименованные или не включенные	25,8	1,0
овощи и некоторые съедобные корнеплоды и клубнеплоды	212,3	8,3
съедобные фрукты и орехи; кожура и корки цитрусовых или дынь	544,4	21,4
кофе, чай, мате, или парагвайский чай, и пряности	84,0	3,3
Злаки	29,2	1,1
масличные семена и плоды; прочие семена, плоды и зерно, лекарственные растения и растения для технических целей, солома и фураж	62,1	2,4
жиры и масла животного или растительного происхождения и продукты их расщепления; готовые пищевые жиры; воски животного растительного происхождения	203,3	8,0
продукты переработки овощей, фруктов, орехов или прочих частей растений	41,3	1,6
пластмассы и изделия из них	45,1	1,8
черные металлы и изделия из них	170,8	6,7
реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства и их части	463,3	18,2

Таким образом, за анализируемый период наиболее импортируемыми товарами были: овощи и некоторые съедобные корнеплоды и клубнеплоды – 212,3 млн.долл., съедобные фрукты и орехи, кожура и корки цитрусовых или дынь – 544,4 млн.долл., жиры и масла животного или растительного происхождения и продукты их расщепления; готовые пищевые жиры; воски животного растительного происхождения – 203,3 млн.долл., черные металлы и изделия из них – 170,8 млн.долл., реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства и их части – 463,3 млн.долл. Наименее импортируемыми товарами были: молочная продукция, яйца птиц; мед натуральный; пищевые продукты животного происхождения, в другом месте не поименованные или не включенные – 25,8 млн.долл., злаки – 29,2 млн.долл., продукты переработки овощей, фруктов, орехов или прочих частей растений – 41,3

млн.долл., пластмассы и изделия из них – 45,1 млн.долл. Всего импорт основных товаров за анализируемый период составил – 2543,6 млн.долл. [5].

Таким образом, на основе анализе таблиц можно сделать вывод, что для обеспечения эффективного развития внешнеэкономической деятельности необходимо повышение конкурентоспособность товаров, работ и услуг, произведенных на территории края, развитие международного и межрегионального сотрудничества, рост объемов экспорта, а также поддержание со стороны государственных органов кубанских производителей.

Список литературы

1. Авдийский В.И. Национальная и региональная экономическая безопас-ность России : учеб. пособие / В.И. Авдийский, В.А. Дадалко, Н.Г. Синяв-ский. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 363 с. [Электронный ресурс].- 2017.-URL: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=762524 (дата обращения 21.12.2018).
2. Авдийский В.И. Теневая экономика и экономическая безопасность госу-дарства : учеб. пособие / В.И. Авдийский, В.А. Дадалко, Н.Г. Синявский. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 538 с. [Электронный ресурс].- 2017.-URL: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=792808 (дата обращения 21.12.2018).
3. Логунов А.Б. Региональная и национальная безопасность: учеб.пособие.- М.: Вузов-ский учебник, 2014.-457 с.
4. URL: http://economy.krasnodar.ru – официальный сайт Департамента экономического развития Администрации Краснодарского края.
5. URL: http://www.economy.gov.ru – официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации.

УДК 330

ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ РЕГИОНА

СТРЕЖКОВА МАЙЯ АЛЕКСАНДРОВНА,
канд. экон., наук
МОРМОНТОВА АНАСТАСИЯ СЕРГЕЕВНА
Студент
ФГБОУ ВО Донской ГАУ Новочеркасский инженерно-мелиоративный институт им. А.К. Кортунова

Аннотация: В статье рассмотрена значимость и влияние выставочной деятельности, её **способность** сформировать положительный имидж региона, вызвать к нему интерес федеральных властей, партнеров и спонсоров для инвестирования в развитие субъекта.
Ключевые слова: выставочная деятельность, регион, имидж региона, инвестиции.

EXHIBITION ACTIVITY AND ITS IMPACT ON DEVELOPMENT REGION'S

Strizhkova Maya Aleksandrovna,
Mormontova Anastasia Sergeevna

Abstract: the article considers the importance and influence of exhibition activities, its ability to form a positive image of the region, to cause interest of Federal authorities, partners and sponsors for investing in the development of the subject.
Key words: exhibition activity, region, image of the region, investments.

Имидж региона – это искусственно сконструированный или стихийно сложившийся образ региона, основанный на совокупности устойчивых объективных и субъективных, эмоциональных и рациональных представлений, убеждений, ощущений по поводу особенностей территории [1].

Регионы, имеющие положительный имидж, получают возможность эффективнее решать такие существенные проблемы, как расширение рынков сбыта продукции региональных производителей, привлечение высококвалифицированных трудовых ресурсов, благоустройство территории, развитие туризма, снижение уровня безработицы и создание новых рабочих мест.

Кроме того, имидж позволяет выстроить взаимовыгодные отношения между бизнесом и властями, когда предпринимателям выгодно инвестировать средства в проекты, реализуемые в регионе, и быть социально ответственными, а властям обеспечивать условия для успешного развития бизнеса, вовлекая в хозяйственный оборот ресурсный потенциал территории. Положительный образ региона – залог повышения его конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности.

Выставочная деятельность является одним из эффективных инструментов маркетинга территории, позволяющая формировать его положительный имидж. Проведение выставочно-ярмарочных мероприятий, торгово-экономических миссий, «круглых столов» позволяет региону влиять на внутренний и внешний рынок и одновременно осуществлять политику формирования внешнего имиджа. Кроме того, выставочная деятельность предоставляет уникальную возможность для анализа тенденций развития инновационной сферы и сравнительной оценки регионов, способствует обмену информацией о новых технологиях и инновациях [2].

За счет привлечения большого числа посетителей выставки вносят существенный вклад в региональную экономику. Бизнес – туристы, приезжающие на выставки, активно пользуются услугами выставочной и городской инфраструктуры - гостиниц, ресторанов и магазинов, транспорта, культурных и развлекательных комплексов. Это, в свою очередь, способствует развитию малого бизнеса, обмену знаниями, бизнес - сотрудничеству и обеспечению устойчивой платформы для международной торговли и инвестиций.

Ориентированность выставок на отрасли, предпринимателей и посетителей, участвующих или заинтересованных в этой выставке, помогает экспонентам заявить о себе, создать осведомленность о бренде на рынке. Поскольку выставки открыты для широкого, а иногда и разнообразного круга зрителей - это создает основу для продвижения продукта или услуги к более широкой группе потребителей, до этого не имевших представления о данном продукте или услуге. Возможность провести тестирование продукта или услуги то же способствует привлечению потребителей или инвесторов и создает благоприятное мнение о предложении данного типа бизнеса.

Таким образом, использование событийного маркетинга **позволяет выставочной индустрии быстрее и эффективнее, чем другим инструментам,** сформировать положительное отношение общественности к продвигаемому региону, вызвать к нему интерес федеральных властей, предоставить возможность партнерам и спонсорам почувствовать выгоду от развития региона. Это связано с тем, что выставочная деятельность опирается на комплекс таких технологий, как PR (медиарилейшнз (PR 1.0; PR в Интернете, PR 2.0; цифровой PR, PR 3.0 или digital PR (DPR)), разнообразные виды рекламы.

Однако, несмотря на значимость выставочной индустрии в продвижении экономики региона, до настоящего времени не сложилась методика оценка эффективности выставочных мероприятий. Основной проблемой в данном случае является мультипликативность эффективности выставки.

В соответствии с Национальным стандартом РФ «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения», экономический эффект от проведения выставочных мероприятий включает в себя социально-экономическую и мультипликативную составляющие (рис. 1) [3].

Рис. 1. Экономический эффект выставочных мероприятий

Выгоды первого порядка представляют собой разницу между денежным доходом выставки и денежными расходами на ее осуществление, получаемыми выставочными организациями, смежными отраслями экономики и ростом числа занятых рабочих мест.

Выгоды второго порядка характеризуют доход государства и роста занятости населения в месте проведения выставочных мероприятий, а так же долговременные выгоды влияния выставок на национальную и региональную экономику.

Мультипликативный эффект выставочной деятельности позволяет оценить ее стимулирующее влияние на развитие промышленности, экспортных операций, международную торговлю, внедрение новых технологических решений, престиж предприятий, и, как следствие, имидж региона.

Недостатком представленной методики является то, что расчет показателей предлагается выполнять заинтересованным сторонам самостоятельно, на основе, имеющейся у них информации и возможностей. При этом полностью отсутствует необходимая официальная статистика, позволяющая оценить выгоды второго порядка, долгосрочные выгоды и мультипликативный эффект.

Как следствие, для того чтобы оценить влияние выставочных мероприятий на развитие экономики страны, региона или отдельного города, чаще всего используют такие традиционные стоимостные показатели, как ВРП, объем инвестиций в основной капитал, потенциальная конкурентоспособность региона, отраженные в официальных статистических сборниках или изучают положение региона в различных рейтингах. Очевидно, что это весьма приближенные показатели, учитывающие влияние многих факторов, а не только выставочной деятельности.

Таким образом, выставочная деятельность является значимой интегрированной маркетинговой коммуникацией, которая за счет каскадного эффекта **быстрее и эффективнее, чем другие инструменты, способна** сформировать положительный имидж региона, вызвать к нему интерес федеральных властей, предоставить возможность партнерам и спонсорам почувствовать выгоду от инвестирования в развитие субъекта. Однако для доказательства эффективности данного маркетингового мероприятия необходима официально принятая методика и официальная статистическая информация, характеризующая развитие выставочной отрасли и ее вклад в продвижение региона.

Список литературы

1. Полтинина Е. В. Имидж в системе факторов, определяющих конкурентоспособность региона [Электронный ресурс] Режим доступа https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-v-sisteme-faktorov-opredelyayuschih-konkurentosposobnost-regiona (дата обращения 15.12.2018.)

2. Карлина М.М. Значение конгрессной и выставочной деятельности в формировании имиджа региона [Электронный ресурс] Режим доступа https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-kongressnoy-i-vystavochnoy-deyatelnosti-v-formirovanii-innovatsionnogo-imidzha-regiona (дата обращения 15.12.2018.)

3. Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения (с изм. от 30.12.2015): ГОСТ Р 53103- 2008. – Введен 18.12.2008. – Доступ из компьютерной СПС «КонсультантПлюс».

УДК 332

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ РФ

СТРЕЖКОВА МАЙЯ АЛЕКСАНДРОВНА,
канд. экон. наук., доц.
ОБЕРЕМКО ЕКАТЕРИНА ВЛАДИМИРОВНА
Студентка
Ноочеркасский инженерно-мелиоративный институт им. А.К. Кортунова Донской ГАУ,
Росиия, Новочеркасск

Аннотация: в статье проанализирована выставочная индустрия в России за последние три года, рассмотрены основные выставочные отрасли и города, а так же перспективы развития выставочной деятельности.
Ключевые слова: выставочная индустрия, экспобизнес, экспоненты, посетители, выставки.

ASSESSMENT OF THE STATUS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF EXHIBITION INDUSTRY OF RUSSIA

Strezhkova Maya Aleksandrovna,
Oberemko Ekaterina Vladimirovna

Annotation. This article analyzes the exhibition industry in Russia over the past three years, the main exhibition industries and cities, as well as the prospects for the development of exhibition activities.
Key words: exhibition industry, expobusiness, exhibitors, visitors, exhibitions.

Выставочная индустрия – это особая отрасль экономики, отвечающая за организацию торговых выставок и оптовых ярмарок – специализированных массовых мероприятий, которые проходят в четко установленные сроки и в заранее определенном месте и где товары и услуги выставляются и распространяются на коммерческой основе. Его двигателями являются выставочные организации – юридические лица, для которых предпринимательская деятельность по подготовке и проведению выставок указана как основная. Такая форма предпринимательской деятельности называется выставочным бизнесом (экспобизнесом).

Клиентами экспобизнеса являются участники выставок: экспоненты (компании, демонстрирующие товары и услуги по тематике выставки) и посетители (лица, которые прибывают на выставку для ознакомления с экспонатами и образцами, для связи с экспонентами и сбора информации. Совокупность экономических отношений в связи с реализацией возможностей участия в выставках образует выставочный рынок, который позволяет заинтересованным лицам выбрать наиболее подходящие выставки для продвижения своей продукции [1].

Выставочная индустрия России – это значительная часть национальной экономики, в которой есть материально-техническая база, инфраструктура и профессиональный персонал. Она сопоставима по значимости и сложности с рядом важнейших производственных и экономических секторов страны. Развитие российской выставочной индустрии определяется тенденцией развития экономики страны [2].

В 2015 г. в России состоялось более 1,5 тыс. выставок. Согласно статистическим данным, в них

приняли участие около 180 тыс. экспонентов и более 12,9 млн. посетителей. Общая площадь составила более 4,4 млн. м^2. В аккредитованных РСВЯ 842 выставках площадью более 1,8 млн. м^2 приняли участие 99835 экспонентов и 7,4 млн. посетителей.

Кризис в экономике и усложнение геополитической ситуации не могли не сказаться на дальнейшем развитии отрасли [5]. К 2018 г. произошло общее снижение всех ключевых показателей отрасли в среднем на 20-30%[5]. Выставочные площади сократились на 15%, арендованные – на 17%, количество экспонентов уменьшилось на 15% (в том числе иностранных на 23%, отечественных на 13%).

По итогам первого полугодия 2018г. арендованная выставочная площадь уменьшилась на 6,04% по сравнению с 2017 г., выставочная площадь нетто - на 3,73%. Общее количество экспонентов в первом полугодии снизилось на 9,73%. Количество отечественных экспонентов уменьшилось на 14,92%, количество посетителей уменьшилось на 4,49% (табл. 1).

Таблица 1

Динамика основных показателей отрасли в первом полугодии 2018 г.

Показатели	Арендованная выставочная площадь	Выставочная площадь нетто	Экспоненты			Посетители всего
			Всего	Российские	Иностранные	
2017г.	499004	539104	30489	24775	5714	1841362
2018г.	468843	518987	27523	21078	6445	1758613
динамика	-6,04%	-3,73%	-9,73%	-14,92%	12,79%	-4,49%

Таким образом, наблюдается отрицательная тенденция основных показателей общей выставочной деятельности. Происходит уменьшение выставок, ориентированных на экспозицию промышленной и сельскохозяйственной продукции инновационного характера формата b2b.

В то же время, по данным аналитиков, увеличилось количество мероприятий формата b2c. В частности, в секторах строительства на 4,8%, цветоводства, садоводства и ландшафтного дизайна - на 18%, в сфере пищевой промышленности - на 6,3 %. Рост ивент - проектов в области сельского хозяйства составил только 5,7% [5].

В список наиболее активных выставочных городов и регионов традиционно входят Москва, Санкт-Петербург, Татарстан, Красноярский край, Башкортостан и Краснодарский край. Около 54,24% выставочных площадей страны сосредоточено в г. Москве и Московской области, 12,5% в Санкт-Петербурге, и только 36,26% располагается в остальных регионах РФ. Как следствие, почти половина денежного оборота, получаемого от вставок, приходится всего на четыре компании - московские «Экспоцентр» и «Крокус Экспо», филиалы ITE (международной выставочной компании), а также петербургский «Экспофорум».

Лидирующие отраслевые позиции г. Москвы и г. Санкт – Петербурга вызваны тем, что именно в этих городах находится абсолютное большинство представительств зарубежных коммерческих структур (около 80%), интерес представляет историческая и культурная значимость данных городов, в связи с чем, в них чаще проходят масштабные мероприятия высокого уровня.

Кроме того, в отличие от других субъектов, весьма существенную финансовую поддержку выставочной деятельности столичных городов оказывают их Правительство, Конгресно-выставочное бюро, ТПП и Гильдии выставочно-ярмарочных организаций.

Низкое вовлечение регионов в событийный маркетинг привело к тому, что экономическое положение выставочной индустрии РФ значительно отличается от состояния выставочного рынка развитых стран. Если в странах Западной Европы доля отраслевого рынка дает в среднем 1,5% ВВП, в Британии - 2,9%, в США - 22%, то в России только 0,046% ВВП. Если в США, Китае, в странах Западной Европы рынок выставочных услуг активно развивается, то в РФ в течение трех последних лет сокращается.

Так, в 2014 г. оборот отраслевого рынка приближался к 50 млрд. руб., в 2015 г. он составил менее 40 млрд. руб., в 2016г. - 35 млрд. руб., в 2017г. -30 млрд. руб. По мнению экспертов, выставочная индустрия России в настоящее время отброшена на 10 лет назад и требуем мер, направленных на ее восстановление [6].

Данные меры в первую очередь должны быть направлены на развития регионального рынка отрасли. Именно он нуждается в модернизации и последующей экспансии, в том числе на межрегиональные и международные рынки. Продвижение Ивент - индустрии инновационного формата предполагает, на наш взгляд, разработку концептуальных основ ее формирования и развития с учетом региональных интересов.

Базовым положением концепции должно явиться то, что обеспечивать региональные экономические приоритеты в выставочной индустрии должны комплексные исследования стратегических ресурсов отдельных регионов по основным экономическим отраслям и видам деятельности, ориентированные на выявление наиболее значимых и перспективных направлений, которые позволят определить востребованные проекты событийного маркетинга нового формата.

Кроме того, доминирующими направлениями развития региональной экономики являются автоматизация производства, цифровизация всех видов деятельности, использование искусственного интеллекта, умных материалов, применение аддитивных технологий, автономизация и экологизация производственных процессов и пр. Являясь новыми и быстро развивающимися, данные направления требуют широкой рекламы, предварительного знакомства с ними, осознания их перспективности и эффективности будущими потребителями. Именно этому и способствует выставочная индустрия.

Понимание коммуникативной сущности выставочной индустрии интегрирует ее в региональную экономику не только как отдельную высокодоходную отрасль, но как основной фактор продвижения региона.

Кроме того, развитию выставочной деятельности в регионах будут способствовать:

-привлечение зарекомендовавших себя опытных специалистов;

- развитие выставочной инфраструктуры региона;

- адаптация выставочных мероприятий к местным условиями;

-государственное субсидирование и реальная поддержка выставочной деятельности в регионах.

В целом, развитие российской выставочной индустрии возможно, но оно должно быть последовательно и системно организовано под патронатом государства.

Список литературы

1. Выставочная индустрия России [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ecsn.ru/files/pdf/201410/201410_38. (Дата обращения: 01.12.2018 г.)

2. Петелин, В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник / В.Г. Петелин. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 488 с.

3. Концепция развития выставочной ярмарочной деятельности в РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.expocentr.ru/ru/articles-of-exhibitions/koncepciya-razvitiya-vystavochno-yarmarochnoj-deyatelnosti/. (Дата обращения: 01.12.2018 г.)

4. SWOT-Анализ выставочной индустрии России [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://izron.ru/articles/aktualnye-voprosy-ekonomiki-menedzhmenta-i-finansov-v-sovremennykh-usloviyakh-sbornik-nauchnykh-trud/sektsiya-2-ekonomika-i-upravlenie-narodnym-khozyaystvom-spetsialnost-08-00-05/swot-analiz-vystavochnoy-industrii-rossii/. (Дата обращения: 01.12.2018 г.)

5. Сборник РСВЯ [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.uefexpo.ru/?id=44890. (Дата обращения: 01.12.2018 г.)

6. Выставочный бизнес в России еще в начале пути своего развития. ООО РефПортал. – Режим доступа: http://refportal.com/news/business/ vistavochniy-biznes-v-rossii-v-nachale-puti-svoego-razvitiya/. (Дата обращения: 01.12.2018 г.)

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 33

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОХРАНЫ ТРУДА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

ШИРОКОВ ЮРИЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ,
д.т.н., профессор
СМИРНОВ ГЕОРГИЙ Н.НИКОЛАЕВИЧ
к.т.н., зав.кафедрой
РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева,
г. Москва

Аннотация. В статье представлена методика и дан математический аппарат для оценки эффективности мероприятий по охране труда в сельскохозяйственном производстве. Используя предлагаемый подход к экономической оценке потенциальных ущербов и экономической эффективности мероприятий по охране и безопасности труда, можно убедительно обосновывать целесообразность этих мероприятий и защищать бюджет трудоохранных работ перед владельцами аграрного бизнеса.
Ключевые слова: сельское хозяйство, охрана труда, экономика, эффективность, методика.

Shirokov Yuri Aleksandrovich,
Smirnov Georgi Nikolaevich

Annotation. The article presents a methodology and a mathematical apparatus for assessing the effectiveness of measures for labor protection in agricultural production. Using the proposed approach to the economic assessment of potential damage and economic efficiency of measures for the protection and safety of labor, it is possible to convincingly justify the appropriateness of these measures and to protect the budget of labor protection works to the owners of agricultural business.
Key words: agriculture, labor protection, economy, efficiency, methodology.

Сельское хозяйство- отрасль, дающая сегодня значительный вклад в ВВП и внешнеторговый баланс России, но условия работы в которой являются наиболее неудовлетворительными из всех отраслей экономики. Уровень общего травматизма в сельском хозяйстве является одним из самых высоких среди всех видов экономической деятельности и превышает среднее значение по России в 1.5-1,7 раза [1]. На здоровье работников сельского хозяйства оказывают негативное воздействие не только тяжелый физический труд, но и неблагоприятные микроклиматические условия, различные химические и биологические вещества, в ряде технологических операций - непосредственно яды [1,3].

Именно поэтому у работников сельского хозяйства присутствует неудовлетворенность условиями труда и желающих работать в этой важнейшей отрасли и кормить страну становится все меньше[3]. Но производственный травматизм и профессиональные заболевания вызывают и значительный экономический ущерб, снижая технико-экономические показатели сельскохозяйственных предприятий и минимизируя рентабельность агробизнеса. Такое положение не может устраивать ни работников, ни работодателей. Ситуацию нужно менять. Один из важнейших принципов Конституции России (ст.41):

"Каждый имеет право на охрану здоровья..." должен неукоснительно работать и в сельском хозяйстве.

Необходим новый подход к организации охраны труда работников сельского хозяйства с учетом экономической эффективности планируемых мероприятий. При этом следует оценивать как потенциальный экономический ущерб от травматизма и профзаболеваний на предприятии, так и экономическую эффективности от мероприятий по улучшению условий и безопасности труда.

Чтобы понять, насколько велика проблема на конкретном предприятии, необходимо сопоставить фактические потери рабочего времени на предприятии (количество дней на 100 работников) с расчетной величиной потерь при благоприятных условиях труда, которая определяется по следующей формуле [2]:

$$Д_{в.у.т.} = (2.42 + 0{,}167B)100 ,$$

где В— средний возраст работающих на предприятии, лет. \

Если фактические потери рабочего времени больше расчетных, то это явный признак наличия проблем с условиями труда на предприятии и сигнал к проведению комплекса профилактических мероприятий.

Даже незначительные отклонения в самочувствии работника могут привести к значительному экономическому и социальному ущербу. Общие размеры ущерба увеличиваются из-за роста стоимости оборудования, роста квалификации рабочего и, соответственно, роста ценности рабочего времени. В растениеводстве размер ущерба растет с ростом урожайности с.х культур, а в животноводстве - с ростом продуктивности животных.

Оценка экономического ущерба от профессиональных заболеваний и производственного травматизма, аварий - задача весьма сложная. Эта сложность обусловлена отсутствием первичной информации и детальной статистической отчетности по экономическим последствиям травматизма и профзаболеваний на большинстве предприятий.

Методики по определению ущерба, причиняемого предприятию и обществу заболеваемостью, травматизмом, текучестью рабочей силы и др., отличаются друг от друга полнотой учета потерь: расходами предприятия и сторонних организаций, а также расходами из фонда социального обеспечения.

В общем случае ущерб предприятия, на котором произошел несчастный случай, авария. может быть оценен путем расчета и сложения следующих показателей (руб.):

· потери из-за простоев технологического оборудования при нетрудоспособности персонала;

· потери предприятием дохода из-за снижения объема выпуска продукции;

· в случае аварии: расходы на восстановление и ремонт оборудования, транспортных средств и др.;

· расходы по заработной плате работникам, принимавшим участие в спасении пострадавшего и оказании ему первой помощи, в ликвидации последствий несчастного случая или аварии;

· расходы, связанные с привлечением к расследованию несчастного случая (аварии) экспертов, технической инспекции, специализированных лабораторий и т.д.;

· потери от снижения производительности труда после возвращения пострадавшего на производство;

· расходы, связанные с подбором и дополнительным обучением рабочего, который должен заменить пострадавшего;

· дополнительная оплата сверхурочных работ, связанных с ликвидацией аварии и ее последствий, а также с заменой пострадавшего;

· выплата зарплаты пострадавшему за время, которое он не доработал в день, когда произошел несчастный случай;

· доплата разницы при переводе пострадавшего на временную нижеоплачиваемую работу до восстановления здоровья или ухода на пенсию;

· выплата выходного пособия пострадавшему при переводе его на инвалидность или семье пострадавшего в случае его смерти;

· выплата единовременного пособия пострадавшему или его семье из фонда предприятия;

- расходы, связанные с погребением, выплатой единовременного пособия семье погибшего, оплатой приезда родственников на похороны.

Сложением всех перечисленных показателей мы получим реальную величину экономического ущерба от несчастного случая или аварии на предприятии.

Но этот ущерб мы можем не допустить, снизив риск аварийных ситуаций, несчастных случаев и болезней за счет устранения выявленных при специальной оценке рабочих мест проблем. Более того, снижение потенциальных рисков при рациональном подходе к возможным вариантам решения проблем позволит получить экономический эффект и повысить рентабельность агробизнеса.

Основными источниками получения экономической эффективности от мероприятий по улучшению охраны труда являются следующие:

-рост производительности труда за счет:

-повышения работоспособности человека в результате утомления, вызванного неблагоприятными условиями труда, сокращения или полного устранения внутрисменных простоев и др.Это особенно важно в период посевных и уборочных работ, когда любая задержка ведет к потерям урожая;

- снижения трудоемкости продукции вследствие уменьшения непроизводительных затрат труда, вызванных неблагоприятными условиями;

-увеличения эффективного фонда рабочего времени в результате сокращения потерь рабочего времени по временной нетрудоспособности из-за травм и болезней, связанных с неблагоприятными условиями труда;

-повышения эффективности использования тракторов и комбайнов, с.х. техники и оборудования.

Годовая экономия от сокращения потерь, связанных с неблагоприятными условиями труда, за счет:

уменьшения материальных последствий несчастных случаев и заболеваемости, обусловленных производством;

экономии расходов на льготы и компенсации за работу в неблагоприятных условиях труда;

снижения ущерба от текучести рабочей силы, вызванной неудовлетворенностью условиями труда;

уменьшения потерь от брака (повышение качества продукции), вызванного неблагоприятными условиями труда. Особенность сельского хозяйства (растениеводства) состоит и в том, что затягивание сроков выполнения ряда основный операций (сев, уборка урожая) в значительной степени влияют на снижение урожайности или потери выращенного урожая. Поэтому потери рабочего времени механизаторов в этот период особенно вредны.

При определении тяжести труда после осуществления мероприятий по улучшению его условий в расчет принимаются все изменившиеся элементы (благодаря которым снизилась тяжесть труда), а также все оставшиеся неблагоприятные элементы, не поддающиеся улучшению в настоящее время.

Между интегральной оценкой тяжести труда и уровнем работоспособности существует тесная взаимосвязь: чем выше интегральная оценка тяжести труда, тем ниже падает уровень работоспособности и, соответственно, увеличивается утомление, и наоборот.

Поэтому, зная показатель тяжести труда (Тт), величину работоспособности (Р) при данных условиях труда можно определить с помощью формулы, полученной эмпирически в результате многочисленных исследований [2]:

$$P=100-(Тт-15,6)/0,64,$$

где Р — показатель работоспособности при данных условиях труда, относительных единиц;

Тт — интегральный показатель тяжести труда, формирующийся в тех же условиях, баллов; 15,6 и 0,64 — коэффициенты регрессии.

Возможный прирост производительности труда за счет повышения работоспособности определяется по формуле [2]

$$Пт= (P_2/P_1-1) \times 100 \times К,$$

где:

Пт— возможный прирост производительности труда, %;

P_1 и P_2 — показатели работоспособности до и после улучшения условий труда, относительных единиц;

К — коэффициент, учитывающий возможный прирост производительности труда в результате увеличения работоспособности.

Годовой экономический эффект от осуществления мероприятий по улучшению условий можно определить по известной формуле:

Эг= Эр - (Эз + Квл х Ен),

где:

Эр - экономический результат, руб.;

Эз - годовые эксплуатационные расходы на мероприятия по улучшению условий труда, руб.;

Квл - капитальные вложения, направленные на мероприятия по улучшению условий труда, руб.;

$E_н$ = 0,08 - нормативный коэффициент экономической эффективности капитальных вложений в мероприятия по улучшению условий труда.

Экономический результат(Эр) характеризуется предотвращенным экономическим ущербом от аварий, травм и профзаболеваний, экономическим эффектом от мероприятий по улучшению гигиенических, технических и общественных условий труда.

Кроме получения экономического эффекта от мероприятий по улучшению условий и безопасности труда и снижения риска аварий работодатели могут рассчитывать и на дополнительные экономические выгоды.

Напомним, что еще одним государственным экономическим механизмом стимулирования работодателей на предмет соблюдения требований охраны труда в настоящее время является установление к страховым тарифам на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профзаболеваний **надбавок и скидок.** Иными словами, страховой взнос уплачивается страхователем страховщику исходя из страхового тарифа с учетом ***скидки или надбавки,*** устанавливаемой страховщиком. Максимальный размер скидки или надбавки может достигать 40% страхового тарифа, установленного страхователю. Размер скидки и надбавки рассчитывается с траховщиком по итогам деятельности страхователя за предшествующий календарный год исходя из следующих основных показателей:

-отношение суммы выплат обеспечения по страхованию в связи со всеми произошедшими у страхователя страховыми случаями к начисленной сумме страховых взносов;

-количество страховых случаев, происшедших у страхователя, на тысячу работающих;

-количество дней временной нетрудоспособности у страхователя на один страховой случай.

Скидки и надбавки страхователю устанавливаются страховщиком в случаях, если указанные выше показатели меньше (скидка) или больше (надбавка) аналогичных показателей по отрасли (подотрасли), которой соответствует основной вид деятельности страхователя.

Кроме того, работодатель не должен забывать об еще одном источнике повышения экономической эффективности трудоохранных мероприятий. Это система возврата части взносов (до 20%) в Фонд социального страхования Российской Федерации.

Используя приведенный подход к экономической оценке потенциальных ущербов и экономической эффективности предлагаемых мероприятий по охране и безопасности труда, можно убедительно обосновывать целесообразность этих мероприятий и защищать бюджет трудоохранных работ перед владельцами аграрного бизнеса.

Список литературы

1. И.В. Гальянов, Ю.В. Кошечкин и др. Проблемы охраны руда в сельском хозяйстве и направления их решения. Ж. Вестник сельского развития и социальной политики. №2.- 2016.с.33-41

2. Мустафина А.С. Экономика безопасности труда : учебно-методическое пособие / А.С. Мустафина; Кемеровский технологический институт пищевой промышленности. - Кемерово.-2005. 72 с

3. Рыжкова Н.С., Смирнов Г.Н., Широков Ю.А. Проблемы улучшения условий труда работников защищенного грунта./Сборник: Современные тенденции развития науки и технологий, №2, выпуск 7, АПНИ.- Белгород.- 2017. с.91-94.

УДК 33

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ: ФАКТОРЫ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

КЛИМЕНКО А.Ю.,
студентка 4 курса
САПРЫКИНА Н.В.
доктор экономических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Донской ГАУ»
п. Персиановский, Россия

Аннотация: В статье установлено определение международных компаний. Рассмотрены факторы, оказывающие непосредственное влияние на уровень конкурентоспособности международной организации. Автором сформулированы мероприятия по повышению конкурентоспособности.
Ключевые слова: Конкурентоспособность, факторы производства, организация, внешняя среда.

THE COMPETITIVENESS OF INTERNATIONAL COMPANIES: FACTORS AND WAYS TO IMPROVE IT

Klimenko A. Y.,
Saprykina N. In.

Abstract: the article establishes the definition of international companies. The factors that have a direct impact on the level of competitiveness of the international organization are considered. The author formulates measures to improve competitiveness.
Key words: Competitiveness, factors of production, organization, external environment.

В современных условиях развития международной торговли известно большое число способов борьбы за внешние рынки, дающих возможность преодолеть сильнейшую конкуренцию и завоевать потенциального потребителя.

Под конкуренцией с позиции экономики понимается это борьба между экономическими субъектами за максимально результативное применение факторов производства. В тоже время эффективность использования факторов производства можно обозначить понятием конкурентоспособность.

Так, Фатхутдинов Р.А. предлагает под конкурентоспособностью понимать свойство объекта, характеризующееся уровнем реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности в сопоставлении с аналогичными объектами, представленными на рынке.

Ученые Романов А.Н., Синько В.И., Магометов Ш.Ш. трактуют конкурентоспособность как концентрированное выражение всего комплекса потенциалов страны, любого производителя создавать, выпускать и сбывать товары и услуги. Они сходятся во мнении, что конкурентоспособность товара обусловливается набором только тех конкретных свойств, которые представляют бесспорный интерес для покупателя и обеспечивают удовлетворение потребности [1,с. 205–211].

В настоящем исследовании под конкурентоспособностью будем понимать оцененное субъектами внешней среды превосходство на выбранных сегментах рынка над конкурентами в данный момент времени, способность в будущем разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать товары, превосходящие по качеству и цене товары-конкуренты.

Рассматривая международный масштаб деятельности, важно установить сущность категории «международная конкурентоспособность». На сегодняшний день международной конкурентоспособностью в общем виде трактуется как обладание свойствами, формирующими преимущества для субъекта соревнования на мировом рынке вне зависимости от изменения факторов внешней среды. Обладателями этих свойств, то есть непосредственно конкурентных преимуществ, выступают различные виды продукции, организации и предприятия, их группы, образующие отраслевые или конгломератные объединения, и даже отдельные страны или их объединения, осуществляющие конкурентную борьбу за лидерство в различных сферах международных экономических отношений [3, с. 33–36].

К международным относятся те организации, сфера производственной и коммерческой деятельности которых распространяется на зарубежные страны. При этом, оценивая уровень конкурентоспособности такой компании, важно учитывать ключевые факторы конкурентоспособности ее продукции, самой компании и страны базирования. Перейдем к рассмотрению этих факторов.

В экономической литературе к факторам конкурентоспособности товаров относят:

- фактор времени;
- фактор качества продуктов;
- фактор масштаба производства;
- фактор новизны продукции;
- фактор метода получения информации;
- фактор условий эксплуатации продукции;
- фактор ценообразования;
- рыночный фактор;
- сбытовой фактор;
- сервисный фактор.

Таким образом, конкурентоспособность продукции представляет собой набор характеристик товара и сопутствующих его продаже и потреблению услуг, отличающих его от продуктов-аналогов по степени удовлетворения потребностей, по уровню расходов на его приобретение и использование.

Факторы конкурентоспособности предприятия подразделяются на внешние, влияние которых в меньшей степени зависит от компании, и внутренние, определяемые руководством компании.

В числе основных внешних факторов конкурентоспособности можно назвать следующие:

- государственная политика по отношению к импорту и экспорту;
- государственная экономическая политика в странах-импортерах и экспортерах товаров;
- результативность функционирования рынков капитала и уровень качества финансовых услуг;
- таможенная политика, импортные пошлины и квоты:
- ключевые характеристики рынка: тип, емкость; наличие и возможности конкурентов;
- деятельность общественных и негосударственных учреждений.

К внутренним факторам принято относить следующие:

- организационная и производственная структура компании;
- качество менеджмента;
- информационная, нормативная и методическая база управления;
- учет и регулирование процессов производства;
- оборудование и технологии;
- масштабы применения современных информационных технологий;
- квалификация персонала;
- уровень защищенности информации;
- регулярность привлечения капитальных вложений в развитие производства;

- имидж организации;
- эффективная конкурентная стратегия;
- стоимость бизнеса.

Потенциалы непосредственного влияния компании на факторы внешней среды ограничены, так как они воздействуют объективно по отношению к организации. Реальные потенциалы обеспечения конкурентоспособности компании находятся в области влияния факторов внутренней среды.

Конкурентоспособность страны базирования международной компании находится в зависимости от следующих ключевых факторов:

- степень экономического развития государства;
- степень развития инфраструктуры в стране;
- развитие научного и технологического потенциала;
- амортизационная налоговая, финансовая и кредитная политика;
- система государственного страхования;
- государственная система стандартизации и сертификации продукции;
- участие в международном разделении труда, разработке финансировании национальных программ по обеспечению конкурентоспособности компании.

Таким образом, конкурентные позиции организации на международном рынке в стратегическом плане основываются на таких фундаментальных компонентах микро и макро уровня, как ресурсы и потенциалы самой фирмы, конкурентные условия отрасли, национальные факторы.

В практике менеджмента выявлено несколько путей повышения конкурентоспособности международной организации. К ним относятся:

- постоянное использование нововведений;
- проведение маркетинговых исследований рынка, с целью установления потребностей покупателей;
- поддержание контактов с научно-исследовательскими организациями и инвестирование научных разработок, направленных на повышение качества продукции;
- регистрация своего товарного знака и использование фирменных марочных изделий [2 с. 27–42].

Используя эти направления, международная организация сможет повысить уровень своей конкурентоспособности и укрепить финансовую устойчивость.

Вместе с тем, устойчивое повышение уровня конкурентоспособности международной организации может быть обеспечено только при условии долгосрочного, непрерывного и поступательного совершенствования всех вышеперечисленных детерминантов конкурентоспособности.

Список литературы

1. Плотицина Т.М. Определение конкурентоспособности предприятия / Т.М. Плотицина // Вестник ТГТУ. – 2010. – №1. – С.205–211.
2. Смирнова Е.С. Зарубежный опыт повышения конкурентоспособности и возможности его использования в российских условиях / Е.С. Смирнова // Современная конкуренция. – 2010. – №6. – С.27–42.
3. Спиридонова Г.В. Международная конкурентоспособность: понятие, сущность и модели основных международных конкурентных стратегий / Г.В. Спиридонова // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2013. = №1 (16). – С. 33–36.
4. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия – М.: Юрайт, 2004.

УДК 33

INSTAGRAM КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛУЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ ДЛЯ БОЛЬШОГО, СРЕДНЕГО И МАЛОГО БИЗНЕСА СФЕРЫ ТОВАРОВ И УСЛУГ

ЛАПИН ЕВГЕНИЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ
Студент магистратуры ФГАОУ ВО Самарский университет

Аннотация: количество пользователей социальных сетей неуклонно растет каждый день. Реклама в социальных сетях, и особенно в Instagram позволяет повысить узнаваемость бренда, быть на прямой связи с потребителем, и как следствие, увеличить прибыль. Именно поэтому необходимо быть в тренде сегодняшнего дня и осознавать, знать и понимать возможности для извлечения дополнительной прибыли.
Ключевые слова: Instagram, продвижение, SMM, реклама, маркетинг, увеличение прибыли.

INSTAGRAM AS A TOOL FOR MAKING PROFIT FOR A LARGE, MEDIUM AND SMALL BUSINESS OF GOODS AND SERVICES

Lapin Evgeniy Alexandrovich

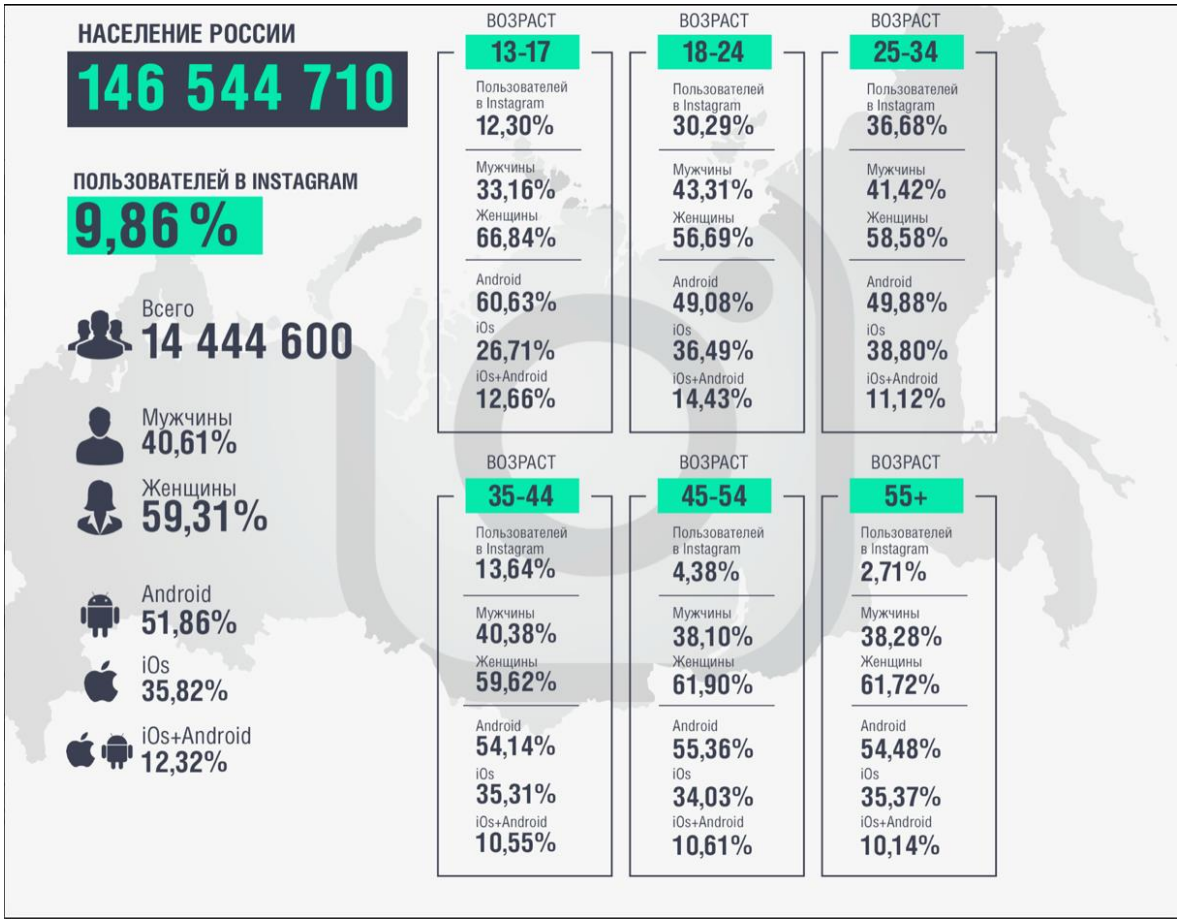
Abstract: the number of users of social networks is growing steadily every day. Advertising on social networks, and especially on Instagram allows you to increase brand awareness, to be in direct communication with the consumer, and as a result, to increase profits. That is why it is necessary to be in the trend of today and realize, know and understand the possibilities for extracting additional profit.
Keywords: Instagram, promotion, SMM, advertising, marketing, increase profits.

Уже давно интернет стал неотчуждаемой частью жизни современного человека. Современные социальные сети, приложения, сайты направлены на то, чтобы человек проводил на них как можно больше времени, потреблял информацию, смотрел рекламу. Сегодня, почти все социальные сети являются уже не просто инструментом общения, но и инструментом генерации прибыли: как для владельцев социальной сети, как и для пользователей-предпринимателей, так и для владельцев большого, среднего и малого бизнеса. Эта мутация из средства для общения в инструмент для зарабатывания денег происходила несколько лет, и началась в тот момент, когда люди осознали «продающий» потенциал интернета, в социальные сети пришли рекламодатели.

Таким образом, Instagram уже давно превратился из сервиса обмена фотографиями в огромную машину для продажи товаров или услуг. Вряд ли в 2018 году существует человек в возрасте до 50 лет, кто не слышал о социальной сети Instagram.

Компания Insense, которая является интернет-маркетинговой платформой провела исследование о российских пользователях Instagram в 2017 году. Результаты этого исследования опубликованы на российском сайте журнала Forbes [1]. Данные собирались в самом Instagram, поэтому вероятность погрешности сведена к минимуму. Инфографика исследования представлена на рисунке 1.

Рисунок 1. Результаты исследований компании Insense о количестве, половозрастных и платформенных характеристиках пользователей Instagram в России в 2017 году.



Как видно из инфографики – база пользователей в РФ уже более 14 миллионов, и с каждым днем это число неуклонно растет и будет расти еще очень долго.

Бизнес уже не первый год стремится в виртуальное пространство, создаются группы в «Вконтакте», «Фейсбуке», у каждой компании есть свой веб-сайт.

Бизнесу и дальше необходимо активно интегрироваться в интернет: вести страницы в социальных сетях, налаживать инструменты взаимодействия с пользователями, становиться более прозрачными. Всё это «играет на руку» как клиентам, пользователям, так и бизнесу. Первым – потому что помогает решить возникающие проблемы, получить обратную связь. Вторым – помогает оптимизироваться, сократить издержки, оставаться актуальными в современности, увеличивать клиентскую базу и, конечно, прибыль.

Instagram является приоритетной платформой для размещения рекламы в 2018 и следующих годах потому что:

- Охватывает большую аудиторию. На рисунке 1 была представлена информация о количестве и половозрастном составе пользователей приложения;
- Имеет больше инструментов для рекламы, чем где-либо: она может быть нативной (в видео у известных блоггеров), может быть контекстной (появляться в виде постов в ленте или историях), может иметь форму рекламных постов;
- Обладает возможностью прямой обратной связи с потребителями;
- Потенциал роста пользователей (а значит, теоретически, и потребителей) ограничен лишь количеством населения планеты – каждый год число пользователей растет быстрее, чем где-либо;
- Повышает узнаваемость бренда;

Сегодня, практически у всех современных компаний существует аккаунт в Instagram. Банки, авиакомпании, компании пищевой промышленности, строительные фирмы, салоны красоты, частные предприниматели, предприятия розничной торговли всплывают как контекстная реклама у каждого пользова-

теля.

Как было отмечено ранее, есть несколько вариантов использования возможностей Instagram в целях продвижения бренда и наращивания прибыли:

1. Создание собственной страницы личного бренда или компании;
2. Использование аналитических инструментов, встроенных в приложение социальной сети;
3. Покупка рекламы

Создание собственной страницы. Необходимо понимать для чего она нужна, ведь для успешного проведения рекламной компании и поддержания интереса к компании необходимо заранее продумать и четко определить некоторые аспекты: разработать стратегию продвижения, дизайн страницы, определить соотношение между продающими и обычными постами.

Если речь идет о маленьком бизнесе – то возможно вести инстаграм самостоятельно, главное делать это со вкусом и не выбиваться из трендов, для этого разумно будет для начала смотреть на аналоги компании из Москвы или Санкт-Петербурга.

Для более крупных компаний, как правило, для ведения страницы и вообще для продвижения в интернете существует SMM-менеджер, эту функцию, в зависимости от размера компании и обусловленной необходимости, могут выполнять отделы по работе в социальных сетях, или же работники на аутсорсе.

Инстаграм обладает большим спектром инструментов, настроив которые компании могут напрямую попадать на экран к своим потенциальным потребителям. Для этого необходимо пополнить баланс, настроить через очень простые инструменты (встроенные в приложение) рекламу и приложение автоматически будет выводить контекстную рекламу компании для потенциальных потребителей (основываясь на анализе их потребностей). Пользователь листает ленту или истории – и видит рекламу компании, кликает и покупает товар, или, по крайней мере, задумывается о покупке. Все это можно настроить и отследить благодаря инструментам приложения, бизнес может увидеть своих потребителей в любом разрезе: качественно и количество, половозрастном, национальном, увидеть сколько процентов людей, кликнувших на рекламу, купили товар и многое другое.

Инструмент покупки рекламы можно разделить на несколько подразделов: покупка рекламы в приложении, чтобы появляться в качестве рекламы, покупка нативной или открытой рекламы у блоггеров, известных людей, инфлюенсеров. В случае покупки рекламы у конкретных людей, необходимо договариваться с ними или их менеджерами. Стоимость рекламы в виде рекламных постов или интеграций в видеоролики у знаменитостей может доходить до нескольких миллионов рублей за одно упоминание. Так же, возможно размещение рекламы по бартеру.

В зависимости от ситуации, возможно рекомендовать задействовать всю когорту инструментов для продвижения в Instagram.

Стоит постоянно помнить, что самое главное – качественный визуальный контент. Если его нет, но необходимо его разрабатывать своими силами или же заказывая его у профессионалов в области SMM-рекламы [2].

Подводя итог, необходимо отметить, что очевидно, что со временем реклама и охват рекламой в Instagram будут расти нечеловеческими темпами, а это значит открытие новых перспектив и наличие некого коридора возможностей как для небольших, мобильных компаний, способных подстраиваться и перестраиваться под новые, изменяющиеся условия, так и для больших, неповоротливых компаний, и в случае проведения грамотной современной работы менеджмента – выхода на принципиально новый уровень доходности бизнеса.

Список литературы

1. Кречетова А. Исследование аудитории Instagram: сервисом пользуется каждый десятый в России, большинство — женщины. [Электронный ресурс]. - URL: http://www.forbes.ru/tehnologii/343331-issledovanie-auditorii-instagram-servisom-polzuetsya-kazhdyy-desyatyy-v-rossii

2. Раздолянский А.В. Современная рекламная деятельность в соцсетях на примере instagram // образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования 2016, №4, с. 117

УДК 33

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ И ОПЛАТЫ ТРУДА РАБОТНИКОВ

КАРПОВА НАДЕЖДА ВИКТОРОВНА,
канд. экон., наук
ШАБАНОВА НАТАЛЬЯ АНДРЕЕВНА,
ХОЛБОЕВ АМИРБЕК КЕЛДИБЕК УГЛИ
Студенты
ФГБОУ ВО Донской ГАУ Новочеркасский инженерно-мелиоративный институт им. А.К. Кортунова

Аннотация: в данной статье будут рассмотрены системы стимулирования и оплаты труда работников, благодаря которым работодатель может воздействовать на своих подчиненных с целью увеличения производительности их труда, а также улучшения качественных и количественных показателей эффективности всего предприятия.
Ключевые слова: заработная плата, формы оплаты труда, фонд заработной платы, мотивация, стимулирование работников к труду.

THE DEVELOPMENT OF INCENTIVE SYSTEMS AND PAYMENT OF EMPLOYEES

Karpova Nadezhda Viktorovna,
Shabanova Natalia Andreevna,
Holboev Amirbek Keldibek ugli

Abstract: this article will consider the system of stimulation and remuneration of workers, through which the employer can influence their subordinates in order to increase their productivity, as well as improve the quality and quantity of performance of the entire enterprise.
Keywords: wages, forms of payment, wage Fund, motivation, stimulation of workers to work.

Заработная плата – ежемесячная денежная сумма, которую получает работник от компании, за которой он закреплен, в зависимости от занимаемой должности, условий труда, объема выполняемых функций и их качества, а также времени, затраченного на их выполнение.Сущность зарплаты состоит в удовлетворении биологических, а также материальных, духовных потребностей работника и членов его семьи. Поскольку заработная плата для некоторых является единственным источником дохода, она влияет непосредственно на спрос товаров и услуг, а также на цены.Выделяют следующие концепции определения природы заработной платы:

а) зарплата – стоимость привлеченного к выполнению работ труда. Она находится в прямой зависимости от спроса и предложения;

б) заработная плата – вознаграждение за количество и качество работ в материальном или денежном выражении.

Плата за труд осуществляет двойную роль. С одной стороны, она позволяет поддерживать жизнедеятельность как самого работника, так и его семьи, обеспечивая нормальными условиями жизни, способствует их улучшению и, конечно, заработная плата во многом определяет уровень воспроизвод-

ства рабочей силы. С другой стороны, – мотивирует к более качественному выполнению своих должностных обязанностей, поощряя персонал за предложенную инициативу выплатой премий. По мнениям психологов считается, что именно мотивационный механизм является определяющим в стремлении к получению большей платы за труд: для каждого сотрудника уровень зарплаты означает степень его признания руководством компании, а также позволяет косвенно выразить его социальный статус. Система оплаты труда позволяет сравнивать свои достижения в работе с заслугами других и на основании сравнительной базы стремиться к более высоким результатам. Причем специалисты в области психологии также отмечают зависимость заработной платы от результатов труда – чем выше зарплата, тем больше мотивация.

В современном мире заработная плата все меньше выполняет свои функции. В доходах населения она составляет всего 45% от общей суммы доходов. Это обусловлено высоким уровнем безработицы в нашей стране, а также увеличением доли частных предприятий, которые устанавливают чаще всего нижний порог заработной платы. В этих условиях люди вынуждены искать новые источники доходов. Наиболее актуальными источниками дохода на сегодняшний день признаются личные подсобные хозяйства (ЛПХ), пособия, дотации, компенсации.

Из всего вышеупомянутого можно заключить, что зарплата – один из вариантов социального пособия, которое не находится в прямой зависимости от достижений в трудовой деятельности, следовательно, не стимулирует работников к труду. Подобная ситуация отражается как на отдельных работниках, далее - на производительности труда, а значит и рентабельности предприятия, так и на экономике страны в целом – все труднее выходить на мировой рынок.

Наиболее распространены сдельная и переменная формы оплаты труда [1]. Рассмотрим каждую из них подробнее.

1.Сдельная – оплата труда в соответствии с количеством и качеством произведенного товара, совершенной работы или оказанной услуги. Определяют сдельную расценку путем деления тарифной ставки на норму выработки(объема произведенной продукции в единицу времени).

Сдельная ФОТ включает прямую сдельную, косвенно-сдельную, сдельно-премиальную, сдельно-прогрессивную аккордную формы:

1) Прямая. Заработная плата равна количеству произведенного продукта, оказанной услуги и т.п. Размер заработной платы определяется путем умножения сдельной расценки на объем выработки.

2) Косвенно-сдельная. При данной форме оплаты труда помимо оплаты по основным видам деятельности ведутся выплаты по вспомогательным.

3) Сдельно-премиальная является дополнением к прямой сдельной, характеризуется теми же параметрами, что и вторая, только при достижении сверхрезультата работником его поощряют премией.

4) Сдельно-прогрессивнаяформасвязана с перевыполнением плана, установленного руководством. Применяется там, где необходимо поднять выработку в короткие сроки.

5) Аккордная. Характеризуется тем, что труд оплачивается за конечные результаты.

2.Повременная форма оплаты труда – выплата вознаграждения за труд независимо от объемов произведенной продукции и ее качества. В основе повременной – простая повременная и повременно-премиальную.

В случае повременной при начислении заработной платы в расчет идет отработанное время, а при повременно-премиальная дополняет повременную выплатой премий.

В рамках одной организации могут применяться разные системы и формы оплаты труда. Подобного рода разнообразия происходят в случае, если компания производит разнородную продукцию.

Рассматривая разнообразные формы и системы оплаты труда, следует дать определение фонду заработной платы (ФЗП). Фонд зарплаты – это сумма денег в наличном и безналичном виде, имеющаяся на расчетном счете в кассе предприятия, ежемесячно выплачивающаяся работникам в соответствии с занимаемой должностью, а также количеством и качеством выполняемых работ или оказываемых услуг [2]. Издержки на выплату зарплаты входят в себестоимость товара. (Затраты на оплату труда – это единственная статья расходов, которую можно уменьшить путем сокращения кадров, распре-

деляя их обязанности между оставшимся персоналом, – легализовано, или же выдавая зарплату в конвертах, что чаще всего делают многие фирмы, чтобы не платить обязательные платежи в бюджет и внебюджетные фонды). Для удобства в вычислениях себестоимости в учете и планировании заработную плату принято подразделять наосновную и дополнительную.

Основная заработная плата - денежная сумма, выплачиваемая персоналу за отработанное время, а также за объемы произведенной продукции и ее качества: оплата по сдельным расценкам, тарифным ставкам, окладам, премии сдельщикам и повременщикам, доплаты и надбавки. Противоположна основной дополнительная, в которую включается оплата за неотработанное время (оплата отпусков, больничных, декретные отпуска и т.п.).

В российском законодательстве нет четких рамок по применению какой-либо определенной системы оплаты труда. Предприниматели сами выбирают ту систему, которая наиболее соответствует миссии, целям и задачам организации, а также не противоречит организационно-правовой форме и организационной структуре предприятия.

Довольно часто компании сталкиваются с ситуацией, когда у работников разных квалификаций, у тех, кто находится на разных ступенях карьерной лестницы и занимает разные должности и, соответственно, выполняет функции различной степени сложности, одинаковая заработная плата. И руководству компаний сложно ликвидировать такую систему оплаты труда, а в некоторых случаях подобный вариант просто невозможен. Возможной альтернативой поднятия качества выполнения работ, а также стимулирования трудав организации является бестарифная система оплаты труда, которая все чаще находит свое применение на современных малых, средних и крупных предприятиях. Данная система оплаты труда является обратной тарифной, в основе которой квалификационный уровень каждого сотрудника. В бестарифнойже акцент ставится на доле работника в фонде оплаты труда (ФОТ). В данной системе оплата труда персонала определяется рядом факторов:

а) квалификационного уровня работника;

б) коэффициента трудового участия (КТУ);

в) фактически отработанного времени [3].

Квалификационный уровень работника организации присваивается каждому сотруднику и определяется путем отношения фактической заработной платы за прошедший период к сложившемуся на предприятии минимальному уровню заработной платы за тот же период.

После чего весь персонал компании подвергается распределению по группам квалификаций (принято выделять десять таких групп), учитывая квалификационный уровень сотрудников и квалификационные требования к людям разнообразных профессий.

Если сравнивать систему квалификационных уровней и тарифных разрядов, то первая выигрывает в отношении материального стимулирования работников, в то время как при тарифной системе рабочему, имеющему последний разряд, нет стимула к развитию, поскольку его заработная плата останется на прежнем уровне. Квалификационный уровень по сравнению с тарифным разрядом имеет свойство расти.

Коэффициент трудового участия необходимо выставлять всем без исключения сотрудникам фирмы. Этот показатель отражает, кто из членов коллектива внес наибольший вклад на пути к достижению миссии компании. КТУ утверждает Совет трудового коллектива, им же определяются сроки проведения КТУ.

Говоря о бестарифной системе оплаты труда, стоит упомянуть о ее разновидности – о контрактной бестарифной системы оплаты труда, для которой характерно заключение договора между работником и работодателем на определенный срок или бессрочно.Договор составляется в соответствии с трудовым законодательством, который регламентирует перечень должностных обязанностей для каждого будущего потенциального работника, с учетом уровня его образования, квалификации, опыта работы. Стоит отметить и тот факт, что в подобный договор найма могут быть внесены дополнения с учетом индивидуальных особенностей человека, претендующего на определенную должность и не противоречащие закону.

Каждый руководитель должен понимать, что достижение поставленных перед фирмой целей и задач невозможно без мотивации персонала к труду. Стимул подчиненных к качественному выполне-

нию своих обязанностей – это тот фундамент, на котором строится вся дальнейшая работа компании, поэтому руководитель, ожидающий положительной динамики в результатах деятельности своей фирмы, должен быть осведомлен в области психологии воздействия на персонал. Целю предпринимателя является получение наибольшей прибыли от осуществления своей деятельности, что может не совпадать с мотивами и желаниями работника как индивида. Задача предпринимателя – решить несовместимые цели.

Необходимо понимать, что каждый работник индивидуален, следовательно, каждый преследует свои цели в работе. Опытный руководитель должен понимать этот важнейший аспект и строить индивидуальный подход к каждому подчиненному.

Все руководители понимают необходимость побуждения работников предприятия к качественному выполнению их должностных обязанностей. Принято считать, что материальные стимулы – главное условие для большей производительности труда. Однако проведенные исследования показали, что в последнее время данный стимул отошел на последнее место в ряду потребностей. Поэтому руководители придают большое значение мотивации труда.

Мотивация труда– стимулирование работника или группы работников к деятельности по достижению целей предприятия через удовлетворение их собственных потребностей. Главные рычаги мотивации – стимулы и мотивы.

Одной из наиболее распространенных классификаций потребностей является иерархия потребностей по А.Маслоу.

1. Потребность самовыражения – это потребность полностью развить свой творческий потенциал относительно работы, воспитания и образования детей.
2. Потребность в уважении– потребность в самоуважении и уважении других людей, престиже, славе и т.п.
3. Социальные потребности– потребность входить в какую-либо группу, поддерживать с членами группы дружеские отношения и т.д.
4. Потребность в безопасности– потребность в защите и порядке.
5. Физиологические потребности– потребности в пище, тепле, жилье и т.д.

Согласно теории, А.Маслоу пять приведенных основных типов потребностей людей определяют поведение человека. При этом потребности более высокого уровня не мотивируют его поведения, если хотя бы частично не удовлетворены потребности нижнего уровня.

Таким образом, в ходе данной статьи было рассмотрено развитие системы стимулирования и оплаты труда работников, а именно изучены такие понятия, как заработная плата, фонд оплаты труда, формы оплаты труда, мотивация персонала к выполнению должностных функций и классификация потребностей по А.Маслоу. Исходя из приведенной информации, предпринимателям следует сделать вывод, как стимулировать работников для достижения миссии организации и какие формы оплаты применять для вознаграждения работников за труд.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993): с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ // Рос. газета. - 1993. - 25 дек.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая [Электронный ресурс]: федеральный закон от 30 нояб. 1994 г. № 51-ФЗ (с изм., внесенными Федеральным законом от 06.04.2011 г. № 161-ФЗ) // СПС «КонсультантПлюс».
3. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. 07.11.2011) // СПС «КонсультантПлюс».

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

УДК 65

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ТЕПЛОСНАБЖАЮЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

ПАНАХОВА ЕЛИЗАВЕТА ОСМАНОВНА

студент
филиал ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ»»
г. Смоленск

Аннотация: В статье выявлены основные проблемы, имеющиеся в теплоснабжающих организациях регионов РФ. Предложен механизм управления конкурентоспособностью для теплоснабжающей организации муниципального уровня.
Ключевые слова: муниципальные унитарные предприятия, механизм управления конкурентоспособностью теплоснабжающих организаций, теплоснабжение, конкурентоспособность.

MECHANISM FOR MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS OF MUNICIPAL HEAT SUPPLY ORGANIZATIONS

Panakhova Elizabeth Osmanovna

Annotation: The article identifies the basic problems in heat supply organizations of the regions of the Russian Federation. Proposed mechanism for management of competitiveness of municipal heat supply organizations.
Keywords: municipal unitary enterprises, control mechanism/ mechanism for management of competitiveness of municipal heat supply organizations, heat supply, competitiveness.

Российская теплоснабжающая система в настоящее время является уникальной, потому что более 70% всей тепловой энергии страны производится централизованным способом, а остальные включает в себя индивидуальные автономные источники. В настоящее время на территории РФ действует более 512 тепловых электростанций [1]. ТЭС производят более 65% электрической энергии, а остальная же доля производства приходится на энергию тепла, которую потребляет население страны. Системы централизованного теплоснабжения следует считать локальными монополиями, которые вырабатывают почти 1,4 млрд Гкал тепла в год. По данным Министерства энергетики РФ 622,4 млн. Гкал тепловой энергии ежегодно производят коммунальные котельные [1]. В большинстве крупных городов, численность которых превышает 100 тыс. чел., централизованным теплоснабжением обеспечено 70–95 % жилого фонда. К концу 2016 года в Российской Федерации действовали 512 тепловых электростанций, 73,7 тысяч отопительных котельных и почти 155 тысяч мелких газовых котлов мощностью меньше 0,001 Гкал/ч, используемых для социально-значимой категории.

Основной проблемой регионального теплоснабжения является невысокая конкуренция среди поставщиков тепловой энергии. Это происходит из-за противоречия интересов сторон, при которых каждый из участников преследует разные цели, которые не совпадают с другими участниками теплоснабжения. В регионах страны конкуренция существует среди муниципальных теплоснабжающих предприятий и среди частных коммерческих организаций. Ситуация усугубляется тем, что сейчас со стороны бизнеса нет единого ответственного лица ни за текущее положение дел, ни за дальнейшее развитие. Все решения по обеспечению эффективности отрасли и надежности принимают на региональные и местные власти, зачастую не уделяющее должного внимания созданию условий для привлечения инвестиций в отрасль. Такая система теплоснабжения обуславливает непредсказуемый рост конечных тарифов, который и спровоцирует принятие ряда мер для его искусственного сдерживания. Состояние теплоснабжающих предприятий можно считать кризисным, крайне низкая надежность, нерациональное использование бюджета, трудовых, финансовых ресурсов ведут за собой ориентацию на исключительно эксплуатационную деятельность, отсутствие предпринимательской привлекательности, а также невысокий уровень конкуренции.

Решением вышеупомянутых проблем занимались такие ученые, как В.В. Шевченков, И.Г. Русяк, Е.В. Касаткин, А.Н. Ряховская, В.Г. Ляшко, В.Э. Комов, Т.Е. Даниловских, А.В. Сидорова, Е.А Малышев, И.Р. Знаменская и другие. Факторы, определяющие уровень конкурентоспособности, его взаимосвязь с процессами, происходящими в экономике, рассмотрены в трудах И. Ансоффа, М. Портера, А. Смита, Й. Шумпетера и других. Исследования этих авторов, главным образом, связаны с рассмотрением условий управления теплоснабжением регионов с учетом альтернативных видов топлива, а также выявлением основных целей теплоснабжения. Основными рекомендациями по повышению конкурентоспособности теплоснабжающих организаций являются внедрение информационно-аналитических систем управления [2], которые будут использоваться при переходе к иным видам топлива. Также одной из рекомендаций выступало объединение мелкие теплоснабжающих объектов в одну единую компанию-оператора. Однако, этих мер недостаточно в современных условиях, характеризующихся высоким риском монополизации рынка теплоснабжения регионов.

Государство, в настоящее время, контролирующее теплоснабжающую отрасль, выступает в пользу сокращения количества МУПов (Муниципальные унитарные предприятия) [3]. Главным образом это связано с избытком мощностей тепловой регенерации. Конкуренция в централизованном теплоснабжении «дорогого стоит» для потребителя тепловой энергии. Именно поэтому МУПы считаются самыми неэффективными на рынке, так как накопив долги перед поставщиками ресурсов, вступают в процедуру банкротства, а на его месте начинало работать новое муниципальное предприятие. Кроме того, как правило, тарифы таких предприятий далеко не самые низкие среди компаний, оказывающих подобные услуги, а разницу между высокими тарифами и той платой, которая взимается с потребителя, компенсируют из местного бюджета.

Таким образом, появляется необходимость в совершенствовании механизма управления конкурентоспособностью теплоснабжающей организации. И выходом из создавшегося положения должно стать принципиальное изменение подхода к системе отношений, а также и к механизму управления теплоснабжением региона. которая приведет к развитию конкуренции на рынке, предоставляемых услуг, а также создающую стимулы для эффективного функционирования и развития теплоснабжения. Основной задачей, при формировании конкуренции в теплоснабжении, станет создание, достаточно прозрачных, а главное, обоснованных, механизмов управления спросом на рынке, предоставляемых услуг.

Конкуренция при разработке проектов развития теплоснабжающей организации муниципального уровня связана с необходимостью разработки проектов по строительству новых теплоисточников, которые будут предназначены для покрытия нагрузок, развитию тепловых сетей, систем теплопотребления. А также разработке проектов по повышению эффективности для потребителей, относящихся к различным группам.

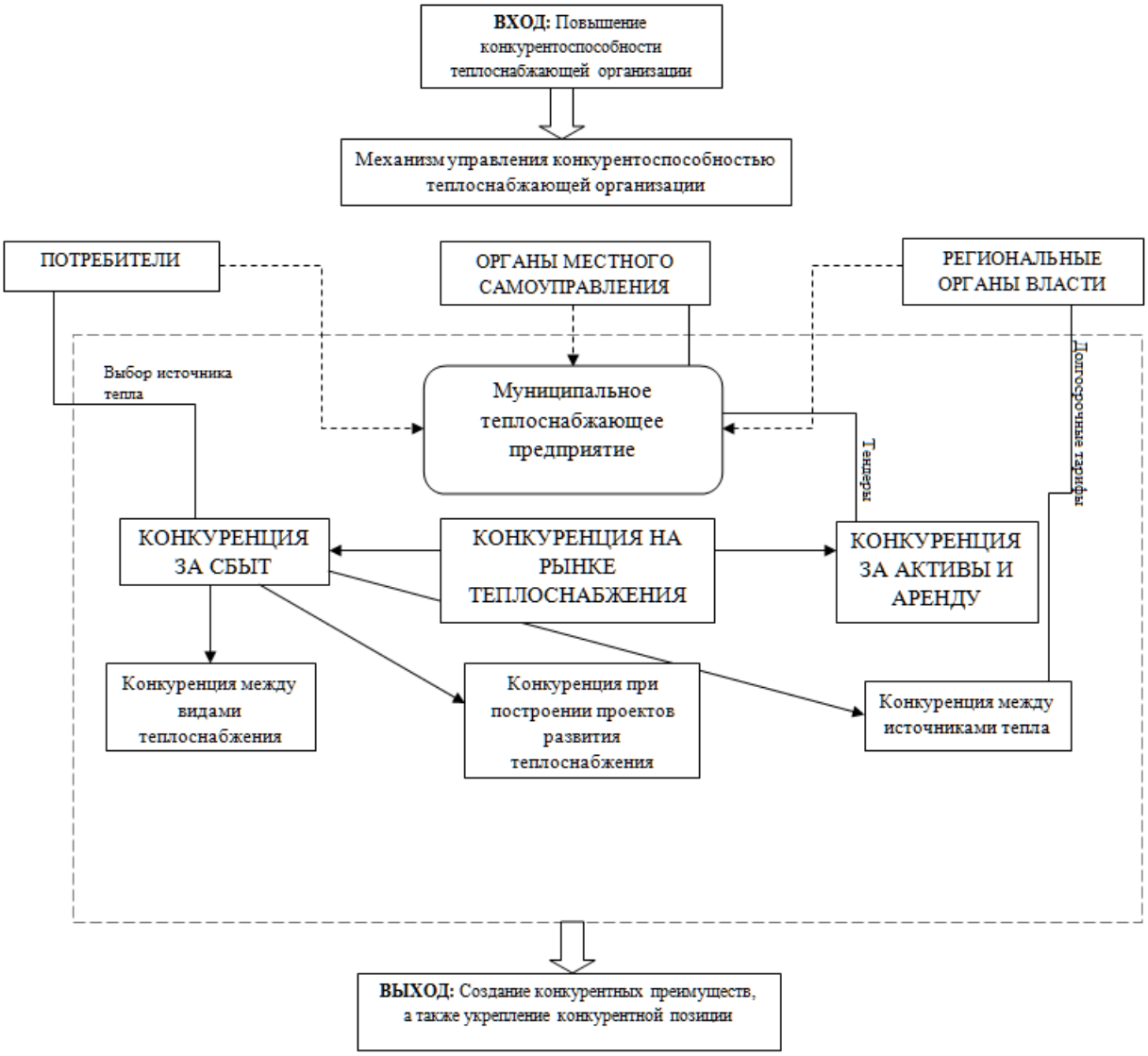


Рис. 1. Механизм управления конкуренцией для теплоснабжающей организации на муниципальном уровне

Конкуренция между видами теплоснабжения предоставит потребителям выбор между централизованным и децентрализованным теплоснабжением, т.е. выбор типа источника – ТЭЦ, котельная, индивидуальный источник тепла и выбор совершенно другого источника, например, электрическая энергия, газ и т.д. При этом региональные власти имеют большое влияние на данный вид конкуренции и являются барьером при входе на рынок тепла. Снизив их влияние возможно счет установления долгосрочных тарифов в данной сфере. Такой подход наиболее распространен в странах Европы, где конкуренция между видами теплоснабжения подталкивает компании централизованного теплоснабжения снижать их затраты и повышать качество услуг.

Конкуренция между источниками тепла в теплоснабжающей организации, а именно между различными поставщиками тепла в рамках единой системы теплоснабжения, в отличие от конкуренции между видами теплоснабжения должна осуществляться между источниками тепла, принадлежащими различным собственникам в пределах одного сектора централизованного теплоснабжения.

Конкуренция за активы или аренду возникает при подаче заявок на покупку или аренду, например, котельной. Органы местного самоуправления на конкурсной основе выбирают участников тендера, которые способны обеспечить оптимальное обслуживание, при минимальных затратах. При этом они должны регулировать цены на тепло и обеспечивать инвестирование в развитие теплоснабжающей организации в пользу потребителей, а также принимать активное участие в разработке проектов

развития, стратегии поставки тепла с наименьшими затратами.

Таким образом предложенный механизм может эффективно способствовать созданию сбалансированного рынка тепловой энергии в сочетании с конкуренцией между различными видами теплоснабжения. В зависимости от того, насколько открыт, прозрачен и сбалансирован рынок тепловой энергии, можно регулировать конкуренцию в большем или меньшем объеме, начиная с требования обеспечения наименьших затрат при присоединении новых потребителей и заканчивая розничной конкуренцией в форме конкуренции между различными видами теплоснабжения.

Список литературы

1. Отчет о функционировании Единой энергетической системы в 2017 году.URL:http://so-ups.ru/fileadmin/files/company/reports/disclosure/2018/ups_rep2017.pdf (Дата обращения: 18.11.2018г.)

2. Фомченкова Л.В., Титявкин Э.В. Управление конкурентоспособностью организации электроэнергетики на основе интегрированной информационной системы // Наука и инновации в XXI веке: Актуальные вопросы, открытия и достижения: Сборник статей XI Международной науч.-практ. конф. В 3 ч. Ч 2. Пенза: МЦНС "Наука и Просвещение. 2018. С. 73-76.

3. Информация Правительства РФ от 17.09.2018. URL: http://government.ru/activities/selection/302/34000/ (Дата обращения 15.12.2018г.)

© Е.О. Панахова, 2019

ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 330

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВНЕДРЕНИЯ НОВОЙ ТЕХНИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

ХАНАФИЕВА ГУЗЕЛЬ ИЛДАРОВНА

Магистрант

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»

Аннотация: В данной статье авторами раскрыты основные направления внедрения новой техники на предприятии. Рассмотрены главные причины неудачного выведения новых изделий на рынок. Внедрение новой техники на предприятии актуально и чрезвычайно значимо в наши дни, так как это необходимо для выживания, сохранения конкурентоспособности и дальнейшего процветания. Разумеется, что главным условием создания конкурентоспособной стратегической перспективы производственного предприятия может стать его активность инновационной сфере. Проблема внедрения новой техники на предприятии актуальна и чрезвычайно значима наши дни, так как это необходимо для выживания, сохранения конкурентоспособности и дальнейшего процветания. Целью данной статьи является разработка основных направлений внедрения новой техники на предприятии.

Ключевые слова: внедрение новой техники, реализация новой продукции, конкуренция, риски выведения новой техники.

THE MAIN DIRECTIONS OF IMPLEMENTATION OF NEW TECHNOLOGY IN THE ENTERPRISE

Khanafieva G.I.

Abstract: In this article the authors reveal the main directions of introduction of new equipment at the enterprise. The main reasons of unsuccessful introduction of new products on the market are considered. Introduction of new equipment at the enterprise is actual and extremely significant nowadays as it is necessary for survival, preservation of competitiveness and further prosperity. Of course, the main condition for creating a competitive strategic perspective of a manufacturing enterprise can be its activity in the innovation sphere. The problem of introduction of new equipment at the enterprise is actual and is extremely significant our days as it is necessary for survival, preservation of competitiveness and further prosperity. The purpose of this article is to develop the main directions of introduction of new technology in the enterprise.

Key words: introduction of new equipment, realization of new production, competition, risks of removal of new equipment.

Глобальные внешние процессы, например, рост и потребности населения, эволюция науки и техники, всеобщее развитое воспроизводство и конкуренция вынуждают сегодняшние производственные предприятия внедрять нечто новое во все сферы своей деятельности.

Прогрессирование рынка и рыночных отношений, снижение объемов производства, увеличение количества неплатежеспособных организаций и предприятий меняют механизм регулирования научно-техническим прогрессом, влияют на создание и внедрение новой техники, как фундамент экономического роста, увеличение конкурентоспособности предприятия и экономики в целом.

В ситуациях сильной конкуренции предприятия, не вносящие значительных усовершенствований в свою работу, не смогут долго просуществовать. Как было сказано выше, предприятия внедряя новую технику и технологии в свою деятельность повышают качество изделий, совершенствуют сред-

ства, методы и организации производства. Внедрение новой техники обычно производится по следующим направлениям [5, с.97]:

– освоение новой выпускаемой продукции, ее модернизация;
– ввод в производство новых технологий, оборудования, материалов и т.д.;
– применения новых способов производства продукции, а также новых информационных технологий;
– применение и улучшение новых прогрессивных методов и правил организации и управления производством.

Совершенствование техники и организации производства напрямую связано с потребностями рынка, определяется продукция, которую нужно осваивать предприятию, а также ее потенциальные потребители и конкуренты. Все эти вопросы на предприятии решаются маркетологами, инженерами, экономистами, которые разрабатывают стратегии развития предприятия. На основе этих стратегий определяются направления технического развития производства и сектор рынка, за который стоит закрепиться [1, с.21].

Инновационная деятельность предприятия, которая разрабатывает, внедряет и осваивает новшества, включает в себя:

1) выполнение научно-исследовательских работ по созданию идей новшества, выполнение лабораторных исследований, изготовление новых видов техники, конструкций и изделий;
2) выбор необходимого сырья и материалов для производства новых видов продукции;
3) создание технологического процесса разработки новой продукции;
4) разработку, изготовление, освоение образцов новой техники, которые будут необходимы для изготовления продукции;
5) разработку и принятие новых организационно-управленческих решений, которые направлены на реализацию нововведений;
6) подготовку и обучение персонала;
7) поиск необходимой документации по патентованию, лицензированию и приобретению ноу-хау;
8) проведение маркетинговых исследований для продвижения инноваций.

Инновационной политикой государства является объединение управленческих, экономических и технологических методой, которые разрабатывают и создают нововведения. Её целью является предоставление предприятию значительных преимуществ в сравнении с конкурентами, следовательно, увеличение рентабельности производства и сбыта продукции.

Для осуществления инновационной деятельности необходимо иметь инновационный потенциал предприятия, который характеризуется объединением таких ресурсов, как:

– материальных (оборудование, ресурс площадей);
– интеллектуальных (документация, бизнес-планы, лицензии);
– финансовых (инвестиционные, собственные и заемные ресурсы);
– кадровых (персонал, который заинтересован в инновациях;
– опыт проведения нововведений и управления проектами);
– инфраструктурных (отдел маркетинга, главного технолога и т.д.);
– иных ресурсов, которые необходимы для реализации инновационной деятельности [2, с. 214].

Выбор той или иной стратегии напрямую зависит от состояния инновационного потенциала предприятия, который определяется по мере готовности выполнить все поставленные цели в области инновационного развития.

Как показывает практика, далеко не всем предприятиям нужно осваивать новые технологии. Например, малые фармацевтические организации неспособны самостоятельно изобрести новые лекарственные препараты. А таким предприятиям, которые находятся на стадии банкротства, бессмысленно модернизировать производство. Реализация и выпуск новых изделий, использование новой техники возможно лишь в случае их финансирования. Финансирование, которое предназначено для инвестиций, образно делятся по следующим направлениям:

1) освоение и реализация новой продукции (внесение значительных изменений в технологию и организацию производства, обеспечивая целостное и быстрое внедрение передовых достижений науки в производство предприятия);

2) техническое перевооружение (обновление производственного аппарата, перманентно происходящая замена устаревшей техники и технологии на более новую);

3) расширение производства (строительство новых цехов, подразделений основного и вспомогательного производства);

4) реконструкция (замена устаревшего и изношенного оборудования, также совершенствование зданий и сооружений);

5) новое строительство [3, с.38].

При внедрении новой продукции и техники, нельзя избежать риска. Его уровень значительно изменяется и напрямую зависит от новизны продукта или техники. Чем больше степень новизны, тем больше неопределенность того, как продукт будет воспринят на рынке. Главными причинами неудачного выведения новых изделий на рынок являются:

– неполноценный анализ внешней среды функционирования предприятия, а также поведения конкурентов и перспектив развития на рынке;

– неполноценный анализ внутренних возможностей предприятия;

– малоэффективный маркетинг и недостаточное поддержание нового продукта при выведении его на рынок [4, с.168].

При анализе общепринятых недочетов введения инновации на рынок, можно сказать о том, что успех инновационных технологий во многом зависит от систем управления, которые применяются на предприятии. Существенные поправки в понятийный аппарат и систему управления производством вносит необходимость комплексного подхода к созданию и реализации новой техники и организации производства. Используя новые инженерные решения, производство опирается на научные разработки в различных областях, тем самым понятие внедрения новой техники расширяется и входит составной частью в понятие научно-технический прогресс, который характеризует развитие науки и техники.

Совершенствование технологии производства выпускаемой продукции с последующей реализацией на внутреннем, а также зарубежном рынках, использование и извлечение результатов научных исследований и разработок, связанных с расширением и обновлением номенклатуры и улучшением качества этой продукции, являются ведущими направлениями инновационной деятельности.

Внедрение новой техники и технологий содействует выполнению одной из главных задач предприятия – извлечение максимальной прибыли при минимальных затратах.

Оценка экономической эффективности мероприятий по внедрению новой техники и технологии очень важна, так как их внедрение требует значительных материальных и финансовых затрат. Экономической целью инновационного решения является правильный выбор новой техники, которая будет обеспечивать приток реальных денежных средств, составляющий больше первоначальных вложений.

Список литературы

1. Бекетов Н.В. Принципы и методы оценки экономической эффективности функционирования строительных фирм / Н.В. Бекетов // Экономический анализ. Теория и практика. – 2014. – №4. – С. 12-32.

2. Барышева А.В. Инновации: Учебное пособие / А.В. Барышева, К.В. Балдин, И.И. Передеряев // Экономика, – М.:Дашков и К. – 2013. – 384 с.

3. Грузинов В.П. Эффективность управления промышленными предприятиями: теоретический аспект / В. П. Грузинов, И. А. Астафьева // Автомобильная промышленность, – 2015. – № 8. – С. 37-40.

4. Грачева М.В. Риск – анализ инвестиционного проекта: Учеб.для ВУЗов / М.В.Грачева// – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2014. – 351с.

5. Радченко В.И. Методология согласования управленческих решений / Радченко В.И., Рачек С.В., Бельский А.Ю. // Экономика железных дорог. – 2015. –№ 3. – С. 97.

УДК 330.34

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

ФЕДОРОВ ВИКТОР АЛЕКСАНДРОВИЧ,
к.т.н., доцент
КАБАНОВ ВАДИМ АЛЕКСЕЕВИЧ,
ХАМРАЕВА РОЗИЯ БАХРИТДИНОВНА
Студенты магистратуры
Сибирский государственный университет науки и технологий имени М.Ф. Решетнева

Аннотация: в статье рассматриваются различные трактовки понятия инновационной активности предприятия. Выявляются и анализируются общие составляющие понятий инновационной активности. На основании анализа составляющих создается более полное и обширное определение инновационной активности предприятия.
Ключевые слова: инновации, инновационная активность, инновационный потенциал, инновационное развитие, инновационный климат.

THE CONCEPT AND ESSENCE OF INNOVATION ACTIVITY OF ENTERPRISES

Fedorov Victor Alexandrovich,
Kabanov Vadim Alekseevich,
Hamraeva Rosia Bahriddinovna

Abstract: the article deals with various interpretations of the concept of innovative activity of the enterprise. The General components of the concepts of innovation activity are identified and analyzed. Based on the analysis of the components, a more complete and extensive definition of the innovative activity of the enterprise is created.
Key words: innovation, innovative activity, innovative potential, innovative development, innovative climate.

В современных рыночных условиях роль инноваций для различного рода предприятий становится особо важной. Посредством инноваций предприятие становится более конкурентоспособным относительно своих оппонентов и становится экономически успешным. Существующие экономические теории способны в полной мере дать определение понятию «инновация». В соответствии с Руководством Осло инновация есть введение в употребление какого-либо нового или значительно улучшенного продукта (товара или услуги) или процесса, нового метода маркетинга или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связях [5, с. 55]. Предприятия, занимающиеся инновациями в той или иной степени, называются инновационно-активными. В связи с этим возникает вопрос об оценки данной активности, то есть насколько инновационно-активным является изучаемое предприятие. Ответ на этот вопрос завязан на установке верной трактовки определения понятия «инновационная активность». В данный момент понятие инновационной активности применяется учеными по-разному и не может быть однозначно определено.

Так, например, Морозов Д.Д. определяет инновационную активность как комплексную характери-

стику инновационной деятельности фирмы, включающей в себя степень интенсивности осуществляемых действий и их своевременность, способность мобилизовать необходимый потенциал, в том числе его скрытые стороны, обоснованность и прогрессивность применяемых методов, рациональность технологии инновационного процесса по составу и последовательности операций [4].

Богачев А.И. и Полякова А.А. под инновационной активностью понимают способность предприятий, организаций и отраслей производить, использовать и реализовывать нововведения для обеспечения конкурентоспособности и удержания за собой доли рынков [1, с. 157].

Власова А.Е. инновационную активность торгового предприятия определяет как комплексную характеристику, отражающую интенсивность инновационной деятельности, количественно характеризующуюся соотношением темпов изменения результирующих показателей предприятия по различным аспектам и темпов изменения затрат различных ресурсов на инновационную деятельность [2, с. 11].

Трофимов В.М. основываясь на анализе различных авторов, определяет инновационную активность как величину, отражающую динамику изменения инновационной деятельности и степень применения инновационного потенциала [5, с.127].

Тимошина К.В. представляет инновационную активность как комплексную динамическую характеристику целенаправленной деятельности предприятия по планированию, организации и реализации инновационного процесса по созданию и выпуску конкурентоспособного продукта, интенсивность которой зависит от уровня инновационного потенциала предприятия и восприимчивости к новациям, а результативность — от состояния инновационного климата [6].

Матузова И. В. отмечает, что инновационная активность является динамической, целенаправленной деятельностью по созданию, освоению в производстве и продвижению на рынок продуктовых, процессных, организационных и управленческих нововведений с целью получения инновационно-активным предприятием коммерческой выгоды и конкурентных преимуществ. [3, с.104].

На основании различных определений понятия инновационной активности можно выделить отдельные компоненты, отраженные в каждом понятии и на основании данных компонентов дать наиболее полное определение категории инновационной активности. Сравнительный анализ компонентов инновационной активности представленных авторами выше представлен в таблице 1.

Таблица 1

Сравнительный анализ компонентов инновационной активности

Характеристики	Морозов	Богачев	Власова	Трофимов	Тимошина	Матузова
Результативность		+		+	+	+
Комплексность	+		+		+	
Конкурентоспособность		+				+
Интенсивность	+		+		+	
Своевременность	+					
Динамичность			+	+	+	+
Инновационная деятельность	+		+	+	+	+
Инновационный климат					+	
Способность мобилизовать потенциал	+					
Рациональность	+					

В соответствии с данной таблицей можно сделать некоторые выводы. Во первых, инновационная активность предприятия неразрывно связана с инновационной деятельностью. Также стоит отметить, что большинство исследователей отмечают динамическую составляющую определения инновационной активности. Это значит, что оценка инновационной активности не должна быть статистической величиной, а измеряться в динамике и комплексно. Следующим важным пунктом инновационной активности является направленность ее на результат. Также стоит отметить пункт рациональности иннова-

ционной активности. Инновационный климат также влияет на инновационную активность, так как определенная микро- и макро-среда предприятия оказывает воздействие на степень осуществления инновационной деятельности.

Таким образом, на основании анализа инновационная активность предприятия может определяться как комплексная динамическая характеристика, определяющаяся степенью результативности, интенсивности, рациональности и своевременности инновационной деятельности предприятия, зависящая от инновационного климата и направленная на обеспечение конкурентоспособности предприятия.

Список литературы

1. Богачев А. И. Инновационный потенциал и инновационная активность Российских предприятий А. И. Богачев, А. А. Полякова // Политематический электронный научный журнал Кубанского Государственного Аграрного Университета.— 2010. — № 64. — С. 156–165.
2. Власова А. Е. Совершенствование оценки инновационной активности предприятий розничной торговли: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Власова А. Е.; Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А. 2012 – 21 с.
3. Матузова И. В. К вопросу о содержании и сущности категории «инновационная активность» И. В. Матузова // Транспортное дело России.— 2012. — № 4. — С. 104–106.
4. Морозов Д.Д. Оценка инновационной активности предприятия [Электронный ресурс] // Студенческий научный форум. Экономические науки. 2018. Режим доступа: https://scienceforum.ru/2018/article/2018004828 (дата обращения: 30.12.2018).
5. Руководство Осло [Электронный ресурс]. 2010. Режим доступа: https://mgimo.ru/upload/docs_6/ruk.oslo.pdf (дата обращения: 30.12.2018).
6. Трофимов В.И. Категории «инновационная деятельность» и «инновационная активность» в отечественной литературе // Вестник ЧитГУ. 2012. №7(86). 2012. С. 127-130.
7. Тимошина К. В. Анализ подходов к определению инновационной активности предприятия // Молодой ученый. — 2016. — №25. — С. 407-410. — URL https://moluch.ru/archive/129/35616/ (дата обращения: 30.12.2018).

© В.А. Федоров, В.А. Кабанов, Р.Б. Хамраева, 2019

УДК 332.1

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СТАРТАПОВ В ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

МУРЫГИНА ЛАРИСА СЕРГЕЕВНА,
канд. экон. наук , доцент кафедры «Экономика, управление и право»
БАКУНИНА ТАТЬЯНА ПАВЛОВНА
студентка
ФГБОУ ВО «Южно-Уральский государственный гуманитарно- педагогический университет»

Аннотация: В статье рассмотрены история возникновения стартапов, их отличительные особенности, стадии развития и преимущества для бизнес-менов и инвесторов. Кроме этого,в статье раскрывается алгоритм действий стартапов, имеющих бизнес-идею, желающих начать свой бизнес с момента их открытия и до реализации бизнес-процессов. В статье даются рекомендации как обратиться за помощью в бизнес-инкубатор»Территория бизнеса»г.Челябинска, участвовать в ежегодных конкурсах «Молодой предприниматель»и другое.
Ключевые слова: Стартап, инвестиции, инвесторы, инновация, инновацион-ный продукт, бизнес-план, краудфандинг, венчурные фонды.

FEATURES OF DEVELOPMENT OF STARTUPS IN THE CHELYABINSK REGION

Murygina Larisa Sergeevna,
Bakunina Tatyana Pavlovna

Abstract: the article deals with the history of startups, their distinctive features, stages of development and benefits for business men and investors. In addition, the article reveals the algorithm of actions of startups that have a business idea, who want to start their business from the moment of their opening to the implementation of business processes. The article gives recommendations on how to apply for help in the business incubator"territory of business"in Chelyabinsk, to participate in annual competitions "Young entrepreneur"and more.
Keywords: Startup, investments, investors, innovation, innovative product, business plan, crowdfunding, venture funds.

Данная тема исследования актуальна тем, что развитие стартапов необходимо и актуально среди молодежи в настоящее время в связи с продвижением инноваций на рынок, развитием перспективных отраслей в России и создания высокого уровня жизни населения.

В последние годы такое явление в бизнесе, как стартап, стало не просто популярным, а, даже модным. О стартапе говорят на телевидении, издаются книги, возникают новые тематические ресурсы в Интернете.

Понятие«стартап» происходит от английского понятия «startup» – «запускать» и означает только что созданную или еще находящуюся в процессе создания компанию .Подразумевается, что у этой компании есть некая бизнес-идея, которая нуждается в развитии и продвижении, но ее создатели пока заняты исследованиями рынка и поиском средств для ее реализации.Стартапом может считаться любая компания, вне зависимости от направления ее деятельности. В некоторых же кругах стартапами называют только начинания в сфере высоких технологий, интернет-бизнесе и смежных науках. Самы-

ми известными и успешными стартапами называют хостинг видеофайлов Youtube, «народную энциклопедию» - Википедию, а также крупнейшие социальные сети – в первую очередь,Facebook и ВКонтакте.

Понятие «стартап» возникло в 30-е гг. XX в. в США, когда два студента – Хьюлетт и Паккард – основали крохотное предприятие и назвали его «startup». Оказалось, что у компании большое будущее – в наши дни она известна под именем Hewlett-Packard или HP.

Чем же отличаются стартапы от простого бизнеса?

1.Создатели стартапов молоды.

Средний возраст 25 лет. Многие в прошлом студенты и даже школьники.

2.В основе стартапа лежит интересная бизнес-идея. Идея имеет особую ценность.

3.Курс на новый продукт или технологию, зачастую и усовершенствование старого продукта.

4.Инициативная группа молодых людей, работающих ради идеи, перспективы, а не ради прибыли, которые заинтересованы в своей работе, верят в её реализацию в будущем.

5.Проблема с финансированием, стартапы находятся в постоянном поиске спонсоров, инвесторов, которые поверят, заинтересуются и поддержат реализацию этой идеи.

И инвесторы, и разработчики бизнес –идеи заинтересованы в финансовом успехе стартапов.Каждый год во всем мире, в том числе и в России появляется множество инновационных компаний с оригинальными идеями для бизнеса –это стартапы. Но большинство из них не выживают. По некоторым оценкам из десяти новых запущенных стартапов добиваются успеха лишь один-два. Всего лишь 10-15% от общего количества российских стартапов специалисты могут назвать удачными [1].

Преимущество стартапа для инвестора заключается в том, что если новый проект или новая идея будет с успехом реализована, то он получит прибыль, размер которой может быть внушительным. Кроме этого, инвестор может продать свою долю в новом проекте другим инвесторам или продолжать получать процент от прибыли стартапа. Выгода владельца стартапа и его команды в том, что он не имея денег, с помощью инвестора реализовывает свою идею и тоже получает свою прибыль.

На сегодня направлениями деятельности стартапов являются: финансовые услуги, экологические технологии, медицинское оборудование, медийные проекты, телекоммуникации, полупроводники, производство, агросектор, энергетическая промышленность, фармацевтика, образование, наука, транспорт и другое ,т.е. все, что способствует развитию общества[1].

Стартапы создаются для решения проблем, связанных с реализацией новых высокотехнологичных научных проектов. Создатель Twitter'а, Исаак "Биз" Стоун, говорил, что «современные высокотехнологичные проекты должны служить одной цели: упрощать пользователям любые действия в их повседневной жизни» [1]. В рамках стартап-проектов создаются уникальные и принципиально новые программные и технологические продукты, в которых реализуются новшества в сфере изобретений, которые непременно найдут потребителей на рынке. То есть востребованность такого продукта является основным критерием его создания. Необходимо определиться, к какому типу деятельности будет относиться предприятие, составить бизнес- план деятельности и этапы продвижения продукции на рынке. Как правило, действительно востребованные проекты реализуются уже за 2 или 3 г.Чтобы стартап стал успешным, важна не только слаженная работа едино-мышленников, но и идея, которая должна быть подкреплена рядом факторов. Необходимо хорошо проанализировать рынок данного продукта, изучить насколько насыщена выбранная ниша рынка. Отличительной чертой российского рынка стартапов является то, что многие проекты являются аналогами успешных западных проектов. Мы берем западные идеи и усовершенствуем их. Учитывая эту специфическую черту, можно сказать, что не каждую российскую бизнес-модель можно выгодно перенести на зарубежный рынок. Мировая стартап-индустрия не стоит на месте, в Европе и США сейчас пик активности стартапов, и российским компаниям, выходящим на глобальные рынки предстоит жесткая конкуренция.

Одной из главных проблем, является отсутствие среди молодых талантливых ученых и стартаперов настоящих предпринимателей в классическом понимании этого слова. Чтобы добиться успеха, недостаточно предложить новую идею. Важно уметь «продать себя», свой проект, разработать

бизнес-план, уметь распоряжаться имеющимися ресурсами, планировать свою деятельность, подобрать стоящую команду и многое другое. Многие ученые раскрывают в своих статьях проблемы стартапов [2; 3].

На деловом портале Южного Урала есть статья Н. Петрова: «Сыграть на чувствах»,который рассказывает о некоторых стартапах в Челябинске:

1.«Чаевые с тура»

Новое ООО «Другое турагентство» в качестве конкурентного преимущества выбрали иную схему ценообразования конечного продукта, принципиально отличающуюся от той, что принята на рынке. В ООО «Другое турагентство» решили продавать туры без агентской комиссии, оставляя вознаграждение на усмотрение клиента, как чаевые в ресторане. В целом расчет на чувство бла-годарности за простую и понятную схему, честную цену и сервис оказался верным. Средние «чаевые» с проданного тура составляют 6,8% от его стоимости. Рентабельность достаточная, если учесть, что среднестатистическое агентство, как правило, получает от оператора вознаграждение порядка 10–11%. В ООО «Другое турагентство» скидок не просят, т.к. клиентам сразу объясняют, что цена снижена до максимума. В скором времени владельцы компании намерены открыть филиалы в других городах.

2.«Страховка от потери»

Сервис «Верни за деньги». Суть новой услуги проста: клиент за почти символическую 1000 руб. приобретает комплект из брелока и нескольких наклеек, на которых указаны персональный ID и номер горячей линии, наклеивает их на вещи, которые может потерять, и не беспокоится по поводу возможных потерь. Нашедший пропажу человек получит вознаграждение — как раз ту самую 100 рублей за возврат. Ему надо лишь позвонить по указан-ному номеру. Подобных предложений на российском рынке уже немало: «Альфа-хранитель» у «Альфа-Банка», «Европоиск» у «Евросети», «Сохрани дорогое» у ОТБ Банка. Все они разработаны двумя западными операторами, челябинцы лишь доработали их бизнес-модели. Сейчас сервис работает в тестовом режиме: сайт «вернизаденьги.рф»

3.«Безденежные отношения»

Готовится к запуску стартап бесплатной службы такси, при этом, доступную не каждому желающему: сервис, по сути, представляет собой своего рода общество взаимопомощи водителей, где услуга оказывается не на коммерческой основе, а по принципу «услуга за услугу». Хочешь иметь возможность воспользоваться такси — предварительно сам повози кого-нибудь из участников сообщества и набери баллы, которыми можно будет «оплатить» поездку. Тем не менее, проект этот вполне коммерческий, принцип моне-тизации сервиса апробирован в различных интернет-стартапах и социальных сетях: бесплатный базовый аккаунт и оплата всевозможных улучшающих фишечек и рейтингов. Кроме того, подобная организация сервиса позволяет контролировать состав участников, как и в любом сообществе, на водителя можно оставить отзыв.

4. «Здравствуйте, я ваш стол!»

Бизнес-идея этого стартапа основана на современных технологиях. Да и средства на его запуск собираются с помощью модного ныне краудфандинга. Речь идет о проекте умного кафе, оснащенного компьютеризированными столами с сенсорными панелями и дружелюбным интерфейсом. Меню высвечивается прямо на поверхности, а информация о заказе поступает прямиком на кухню — ждать официанта не нужно. В идеале столы будут оснащены еще и системой бесконтактных платежей Pay Pass, чтобы посетитель мог рассчитаться, не дожидаясь персонала. А на то время, пока выбранные блюда готовят и подают, стол превращается в своего рода планшет. Экономическое обоснование данного проекта уже есть и инициатор собирает в соцсетях средства для создания серийного прототипа «стола»,ищет партнеров среди местных рестораторов. И если все сложится именно так, как задумано, первое интерактивное кафе или кофейня откроются именно в Челябинске[4].

Очень важным вопросом является инвестирование стартапов. В России для внедрения новых продуктов и технологий банки создают специальные подразделения, привлекают аутсорсинговые компании, также создаются венчурные фонды, поддерживающие стартапы. Тем не менее, в России достаточно мало инновационных стартапов, которые сумели сохранить свои позиции на рынке. В 2013 г. был создан Фонд «Лайф.СРЕДА», специализирующийся на инвестировании финансовых проектов как рос-

сийских так и зарубежных. В современных условиях государство также включается в эту сферу, в бюджете выделяется отдельная статья для реализации инновационных идей. Таким образом, у тех людей, которые хотят реализовать свои проекты появляется дополнительная мотивация к реализации. Кроме этого,существует государственная программа «Национальная технологическая инициатива»,где прописаны меры по поддержке развития в России перспективных отраслей, которые в течение следующих 20 лет могут стать основой мировой экономики. В Челябинской области действует некоммерческая организация «Молодежная школа предпринимательства» («МШП»). Участие в проектах «МШП» позволяет молодежи приобрести все необходимые знания и навыки для открытия и развития собственного бизнеса, а также найти связи, партнеров, клиентов, инвесторов, получить информационную поддержку. Кроме этого можно обратиться за помощью в бизнес-инкубатор «Территория бизнеса» в г. Челябинске[5,6].

Ежегодно в Челябинской области стартует конкурс «Молодой предпри-ниматель России»,который проводится в восьми номинациях: интернет-предпринимательство, сельское хозяйство, франчайзинг, социальное предпринимательство, производство, сфера услуг и другие [7].В 2018г. состоялось торжественное подведение итогов конкурса, на котором 40 молодых предпринимателей региона боролись за место в финале в формате конвейера бизнес-идей, где были выбраны победители.Все эти мероприятия помогают развивать стартапы**[8].**

Список литературы

1. Что такое стартап . [Электронный ресурс] – Электрон. данные – Режим доступа:http://www.temabiz.com/terminy/chto-takoe-startap.html
2. Мурыгина Л.С., Тангина Д.Ю. Основные проблемы стартапа на ранних стадиях его развития // Сборник статей II Международной научно-практической конференции ,2018 г.-Ч.3. -Пенза: МЦНС: «Наука и просвещение». - С.77-79.
3. Мурыгина Л.С., Гурова А.М. Венчурный бизнес в зарубежной практике//Сбор ник статей VIII Международной научно-практической конференции 20 июня 2017г- Ч.2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». - С.189-192.
4. Успешные челябинские стартапы.[Электронный ресурс] – Электрон.данные – Режим доступа:https://www.kursdela.biz/journal/24781/ Деловой портал
5. АНО «Молодежная школа предпринимательства» .[Электронный ресурс] – Электрон.данные – Режим доступа: .https://территориябизнеса74.рф
6. Имущественная поддержка СПСМ .Территория бизнеса .[Электронный ресурс] – Электрон.данные – Режим доступа: https://территориябизнеса74.рф
7. В Челябинской области стартует региональный этап конкурса «Молодой предприниматель России». [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: http://pravmin74.ru/novosti/v-chelyabinskoy-oblasti-startuet-regionalnyy-etap-konkursa-molodoy-predprinimatel-rossii
8. В Челябинске завершился региональный конкурс.[Электронный ресурс] – Электрон.дан. – Режим доступа: http:// www.minobr74.ru /Publications/ News/ Show?id =4104

УДК 330

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ УСЛУГ КЕЙТЕРИНГА

БАГМУТ Ю.Н.,
магистрант
ЧУГУНОВА О.В.
Профессор д.т.н
Уральский государственный экономический университет

Аннотация. В статье рассматривается организация рынка кейтеринга в России, описана история возникновения кейтеринга, особенности развития этого бизнеса и использование инновационного оборудования для производства полуфабрикатов холодных, горячих блюд и десертов высокого качества.
Ключевые слова: кейтеринг, инновационные технологии, выездное обслуживание, ресторанный бизнес.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE FIELD OF CATERING SERVICES

Bagmut Iuliiya,
Chugunova Olga

Annotation. The article discusses the organization of the catering market in Russia, describes the history of catering, the characteristics of the development of this business and the use of innovative equipment for the production of semi-finished cold, hot dishes and high quality desserts.
Key words: catering, innovative technologies, catering, restaurant business.

В современном ресторанном бизнесе важную роль в индустрии питания играют кейтеринг-услуги. Выездное обслуживание – кейтеринг – вид деятельности компании, поставляющей продукты питания, посуду, напитки и все необходимое для организации какого-либо общественного мероприятия. С начала 1990-х годов XX столетия наблюдается активное развитие большинства отраслей новой российской экономики, в том числе ресторанного бизнеса и смежных с ним форматов. Речь идет о выездном ресторанном обслуживании мероприятий, или событийном кейтеринге (event catering, от англ. event – мероприятие, событие и cater – снабжать провизией), корпоративном питании (управление точками обслуживания в бизнес-центрах, организация обедов в офисе), доставке готовых блюд [1,2].

Очень важное достоинство кейтеринга - это мобильность и его нестационарность. Как правило, кейтеринг используется в тех случаях, когда на месте проведения праздника нет своей кухни и поваров, или если местная кухня не соответствует вашему вкусу. Неоспоримое преимущество кейтеринга в том, что он гарантирует ресторанное качество блюд без использования стационарной кухни.

У выездного ресторанного обслуживания имеется целый ряд преимущественных особенностей. Каждое из проводимых ими мероприятий планируется и осуществляется по-особенному, в индивидуальном режиме, а потому здесь полностью исключена стандартизация, банальность, шаблонность. У кейтеринговых компаний в любой момент есть все необходимое оборудование для проведения выездных торжеств, включая самые современные термоконтейнеры, позволяющие поддерживать свежесть и необходимую температуру готовых блюд [3].

В России кейтеринг является достаточно молодой, но активно развивающейся отраслью. Первая кейтеринговая компания – французская *Potel et Chabot* – открыла свой офис в Москве в 1986 г. Иностранные фирмы стали активизироваться и создавать свои филиалы в Москве. Именно они были первыми заказчиками, так как многие российские компании не понимали термина «кейтерин». Постепенно спрос рождал предложение, и в начале 90 х в Москве, а затем и в Санкт Петербурге стали появляться первые российские операторы. [1]

Российский рынок кейтеринговых услуг – это не только Москва и Санкт-Петербург. С начала 2000-х гг. он активно формируется во всех городах с населением более 500 тыс. человек. И само понятие «кейтеринг» из года в год становится все более емким. На первом этапе развития отрасли оно было связано с ресторанным обслуживанием мероприятий и корпоративным питанием, а с 2005-2007 гг. уже запущены пилотные проекты по аутсорсингу питания для отдельных учебных и медицинских заведений, подразделений российской армии и даже тюрем. Таким образом, можно сказать, что рынок кейтеринговых услуг в России развивается уже более 20 лет.[2].

Первое и главное, что привлекает внимание операторов ресторанного рынка в такой услуге, как кейтеринг, – это возможность ее заказа на определенное и довольно большое количество гостей, а следовательно, возможность заработать много и сразу.

В региональных городах большинство крупных кейтенговых компаний начинали как дополнительная услуга городского ресторана или отеля. С увеличением роста объёмов продаж стали выделять в отдельные виды бизнеса.

Основное отличие – это масштабность, ни один отель или ресторан не сможет едино разово обслужить до 10 000 гостей. Только кейтеринговые компании способны на массовые и нестандартные заказы обслуживаний с любой спецификой по желанию гостя. В этом основное преимущество кейтеринговых компаний. Как правило, этот бизнес строиться на арендованной посуде, мебели и столовом текстиле. Производство чаще всего так же используется арендованное. С появлением основного пула заказчиков компании оснащаю склады с материалами (посуда, стекло, мебель, текстиль, декор) и запускают свое производство, на котором создают эксклюзивные закуски для специальных торжеств по тем или иным запросам клиентов.

Бизнес, построенный на «выездном ресторанном обслуживании», во многом сезонный. Сезонность является важной особенностью отрасли кейтеринга. Пик заказов таких услуг приходится на декабрь-январь, когда корпоративные клиенты стремятся наилучшим образом отметить Новый Год и Рождество. Новогодний кейтеринг сменяет сезон весна-лето, когда заказывают услуги выездного ресторана для выпускных, свадебных торжеств, корпоративов на природе. Особенно стали популярны свадьбы в летний период: с особым стилем, цветовой гаммой, задумкой [4].

Но самая большая сложность в кейтеринговом бизнесе, это качество и безопасность продукции, так как правило, производство удалено от площадок проведения мероприятия. Иногда это сотни километров, чистое поле или помещение ничем не оборудованное для оказания услуг питания. Поэтому лидеры рынка кейтеринговых услуг на балансе компаний имеют мобильные кухни, системы для транспортировки готовой продукции с соответствующим режимом и транспортировки сервировки с соблюдением всех санитарных норм.

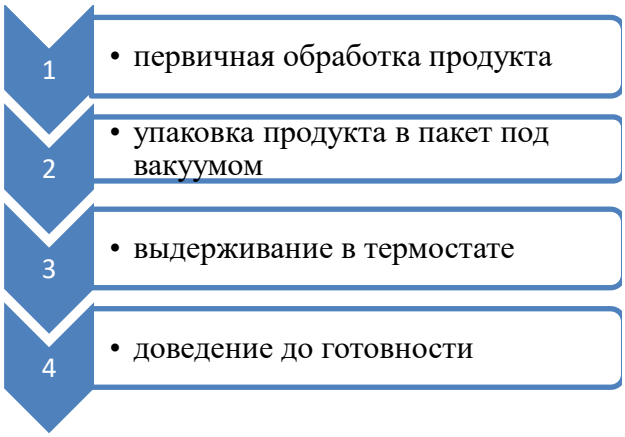
Но любая продукция при разогреве теряет свои качественные и органолептические характеристики, поэтому серьезные компании используют инновационное технологии для производства полуфабрикатов высокой степени готовности и регенерации продукции уже на отдаленных площадках.

К таким технологиям относятся, например технологии: Sous-vide или приготовления в аппарате PACOJET.

Су-вид с французского понятие sous-vide переводится как «вакуум». Изначально этот метод использовался в промышленном производстве для сохранения продуктов. Лишь во второй половине XX века его взяли на вооружение шеф-повара, в первую очередь французские. В 1974 году Жорж Пралю, шеф-повар ресторана Troisgros (г. Роан, регион Рона-Альпы), приготовил в вакууме фуа-гра. Утиная печень сохранила свою текстуру и при этом получилась невероятно нежной [5].

Приготовление методом су-вид состоит из следующих этапов:

1) Продукт, например мясо или филе рыбы, птицы, иногда сразу со специями помещают в специальный пакет, с помощью вакуумного упаковщика откачивают из пакета воздух и запечатывают его.



2) Пакет помещают в ёмкость с водой и термостатом (именно это оборудование чаще всего называют «sous-vide»). Термостат способен поддерживать точную температуру воды и с помощью щупа фиксировать температуру внутри продукта и выводить ее для контроля на панель.

3) Приготовленный в sous-vide продукт следует «доводить» до готовности на гриле, в пароконвектомате или в саламандре или на сковороде итальянским методом, обжаривая в масле. При этом, важна температура внутри продукта, которую можно «поймать» только с помощью электронного пирометра со щупом. Если продукт выйдет с температурой в толще ниже 50 °С – этот продукт не безопасен для приема в пищу [5,6].

Особенностью метода Sous-vide является длительный процесс приготовления продукта при малых температурах – от пары часов до суток. Температура, которая поддерживается в течение всего этого времени. Sous-vide – это технология работы с низкими температурами, которая предполагает приготовление продукта в собственном соку при низких температурах, часто ниже условной пастеризации (+64,5 ^{0}C). Как правило, она колеблется от 25 до 90 ^{0}C. [6.].При этом, важна температура внутри продукта, которую можно определить только с помощью электронного пирометра со щупом.

Для кейтеринговых компаний данная технология позволяет доставлять полуфабрикаты горячих блюд высокой степени готовности, стабильного качества в индивидуальной упаковке. На мобильных кухнях упаковку снимают, доводят до готовности, добавляют гарнир, соус. Блюда по такой технологии получаются полезными по органолептическим показателям и мягкими, сочными, стабильной формы по качественным показателям.

Технология приготовления в аппарате PACOJET. PACOJET (Пакоджеттинг) - это наименование инновационной технологии, получившее свое имя в честь гомогенизатора фирмы PacoJet. Особенность данного процесса гомогенизации заключается в том, что продукты, из которых приготовлена масса-пюре, хранятся при температуре до -20...-22С [7].

Суть Пакоджеттинга - революционный процесс, при котором смешиваются в пюре глубоко замороженные пищевые продукты непосредственно в его замороженном виде, не допуская размораживания, позволяющий получить охлажденный с сильным естественным вкусом мусс с отличной консистенцией и идеальной температурой подачи.

Уникальность аппарата PacoJet заключается в следующем. Гомогенность многих продуктов достигается добавлением в них специальных химических натуральных (и не всегда) агентов, которые оказывают связующий адгезивный эффект. Таким естественным агентом является яичный белок. В пищевой промышленности разнообразные химические агенты используются для приготовления паштетов, вареных сосисок и колбас. PacoJet добивается такого же эффекта за счет дробления замороженного продукта в мельчайшую фракцию без дополнительных добавок. Так, фарш из телятины, специй и сухарей может быть заморожен на сутки, извлечен из морозильника и измельчен в аппарате PacoJet. Затем, поместив получившуюся гомогенную массу в полимерный рукав и герметично завязав ее, продукт отваривается на протяжении часа при температуре 130-140 ^{0}C. Извлекая и остужая продукт, мы получаем нежнейший телячий мусс.

Это пример тепловой обработки масс с использованием аппарата PacoJet. Если мы хотите удивить гостей ресторана, например, сорбетом со вкусом атлантической сельди с кардамоном, Вы можете подготовить ингредиенты, порезав мелкую рыбу добавив специи и также заморозить их в течение суток. Получив замороженные куски продукта, Вы помещаете их в аппарат PacoJet и измельчаете до состояния густой ледяной пасты в считанные минуты. Затем мерной ложкой для мороженого Вы помещаете сорбет на тарелку и украшаете блюдо. Текстура продукта будет в точности напоминать твердый шарик мороженого. Температура подачи - примерно -15 ^{0}C.

Ноу-хау производителя состоит в особой прочности конструкции измельчающих ножей и высочайшей скорости его обработки, требуемой для того, чтобы продукт не успел разморозиться и подтаять [7].

Использование данной технологии позволяет шеф повару кейтеринговой компании привозить заготовки десертов/сорбетов/соусов на площадку в специальных металлических емкостях в замороженном виде, сборка одного десерта занимает от 20 секунд до 1 минуты, в зависимости от сложности декора.

Высокая конкуренция на рынке услуг общественного питания стимулирует развития и рынка кейтеринга, лидером будет только тот, кто предоставит лучшую услугу с лучшим качеством, поэтому лидеры рынка изучают инновационные технологии производства и сервиса , новые эксклюзивные ингредиенты и рецепты.

Список литературы

1. Погодин К.С. Ресторан выездного обслуживания (кейтеринг): с чего начать, как преуспеть., Питер. 2013 – 238 с.
2. Башин Ю., Телепченкова Н., Кейтеринг. Учебное пособие. М.:Вузовский учебник., 2015. – 126 с.
3. Тимофеева Г.В. Кейтеринг как дополнительный бизнес ресторана // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XXXI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 4(31). URL: http://sibac.info/archive/economy/4(31).pdf (дата обращения: 12.10.2018).
4. Подоляк, Т. С. Перспективы и проблемы развития кейтеринга в г. Красноярске // Молодежь и наука: сборник материалов X Юбилейной Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 80-летию образования Красноярского края [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2014/directions.html, свободный.
5. Что же такое sous-vide. Заметка технолога [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.sokirianskiy.com
6. Куракин, А.В. Готовые блюда от ГК ПТИ по технологии Sous Vide / А.В. Куракин, Т.В. Гребенщикова // Журнал Все о мясе. 2013. №6. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/gotovye-blyuda-ot-gk-pti-po-tehnologii-sous-vide (дата обращения: 12.10.2018).
7. Описание технологии PacoJet [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.rp.ru/equipment/pacojet/

УДК 339.166.8

РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ПРОДУКТАМИ ПИТАНИЯ В РОССИЙСКОМ РИТЕЙЛЕ

СМЕЛИК АЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА

студент

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления»

Аннотация: В данной статье рассмотрен уровень развития Интернет-торговли продуктами питания в российском ритейле, существующая ситуация на рынке по сравнению с другими странами и прогнозы ее изменения. Выделены крупные российские ритейлеры, применяющие технологии Интернет-торговли в своей деятельности, а также выявлены основные группы покупателей сегмента e-grocery. На основе проведенного исследования выделен ряд проблем, которые необходимо решить для дальнейшего развития Интернет-торговли продуктами питания в России.

Ключевые слова: ритейл, Интернет-торговля, Интернет-магазины, технологии, инновации, цифровая экономика, продукты питания, e-grocery, Россия.

THE DEVELOPMENT OF THE INTERNET TRADE IN FOOD PRODUCTS IN THE RUSSIAN RETAIL

Smelik Alina Aleksandrovna

Abstract: This article discusses the level of development of Internet trade in food products in the Russian retail, the current situation in the market compared to other countries and forecasts of its changes. Major Russian retailers using Internet trading technologies in their activities are identified, as well as the main groups of buyers of the e-grocery segment are identified. On the basis of the study identified a number of problems that need to be solved for the further development of Internet trade in food products in Russia.

Keywords: retail, e-Commerce, online shopping, technology, innovation, digital economy, food, e-grocery, Russia.

В цифровой экономике скорость изменений и внедрения инноваций неуклонно растет, Интернет-торговля товарами народного потребления стала обыденностью. Цифровизация становится движущей силой торговли продуктами питания в России помимо роста привлекательности здорового питания, роста заболеваемости населения и ужесточения требований государства и потребителей к качеству товаров.

Тем не менее, по сравнению с развитыми странами Интернет-торговля продуктами питания в России еще слабо развита. В странах, где ключевые ритейлеры заняли активную позицию, покупатели уже привыкли приобретать продукты питания в Интернете. По данным Nielsen, доля e-commerce в общем объеме продаж продуктов питания в США составляет 2,5%, во Франции – 5,2%, в Англии – 6,3%, в Корее – 11,7%, в Китае – 13,8%. В России же продукты питания являются одной из наименее популярных категорий Интернет-торговли: на онлайн-продажи приходится около 1% всех розничных продаж продуктов питания, но Минпромторг РФ прогнозирует рост доли e-commerce в российском ритейле до 20% к 2025 г. [1].

Российские потребители настороженно относятся к формату онлайн-покупок продуктов питания, в частности из-за того, что предложение на рынке ограниченно и качество этого предложения зачастую

трудно проконтролировать, но, несмотря на это, возрастающая частота покупок в данном сегменте свидетельствует о постепенном распространении данного формата на российском рынке и активном его развитии в перспективе.

Под влиянием общей ситуации на рынке активизировались российские ритейлеры. Актуальность создания ритейлерами собственных онлайн-магазинов продуктов питания поддерживается повышением уровня мобильности населения – люди стали больше ценить свое время и отдавать предпочтение быстрым и удобным покупкам. В связи с этим снижается популярность магазинов формата «гипермаркет» и растет интерес к онлайн-покупкам с доставкой на дом.

Интернет-торговля товарами повседневного спроса (e-grocery) развивается преимущественно в крупных городах. В России продуктовый онлайн-ритейл получил наибольшее развитие в Москве и Санкт-Петербурге. К крупным российским ритейлерам, внедряющим технологии Интернет-торговли продуктами питания, относятся:

– X5 Retail Group, запустивший свой онлайн-гипермаркет E5.ru в 2012 г., просуществовавший 3 года, который после был закрыт. В 2017 г. X5 Retail Group предпринял еще одну попытку и представил Интернет-магазин «Перекресток» с доставкой на дом для клиентов, проживающих в Москве и ближайшем Подмосковье;

– Интернет-гипермаркет «Утконос», названный Forbes крупнейшим Интернет-магазином продуктами питания в России. Компания начинала свою деятельность как сеть розничных магазинов, а в 2013 г. полностью прекратила свою деятельность в данном формате, сосредоточившись на онлайн-продажах в Москве и Московской области;

– Группа компаний «О'Кей» и Сеть супермаркетов «Азбука Вкуса», открывшие свои Интернет-магазины в 2015 г. в Москве и Санкт-Петербурге;

– Торговая сеть «Ашан». В 2015 г. произошло изменение структуры компании на уровне холдинга и вместе с этим создан Интернет-магазин «Ашан», в настоящее время действующий на территории 20 городов России;

– Сеть гипермаркетов «Глобус», которая с осени 2018 г. тестирует технологии онлайн-продаж.

Как свидетельствует мировой опыт, онлайн-покупателей сегмента e-grocery можно разделить на 4 основные группы:

– хозяйки с «большой корзиной» и регулярностью заказов 1-2 раза в месяц;

– молодые люди, с меньшей корзиной, но более высокой частотой заказов;

– офис-менеджеры, совершающие покупки для своей организации;

– люди с ограниченными возможностями (в т.ч. пожилые люди). В России покупателей данного типа практически нет: большинство пожилых россиян не умеет пользоваться Интернет-технологиями и чувствительны к цене, но теоретически это самая заинтересованная в доставке продуктов на дом аудитория, учитывая, что доступность среды в российских городах до настоящего времени находится на низком уровне.

На популярность Интернет-торговли в целом влияют три основных фактора: скорость доставки, качество товаров и возможность возврата. Для категории продуктов питания значимость данных факторов возрастает многократно.

Для развития Интернет-торговли продуктами питания в России необходимо решить ряд серьезных проблем, не позволяющих в полной мере внедрить современные технологии на российский рынок:

– увеличить количество логистических компаний, позволяющих доставлять продукты с учетом температурных условий хранения, допустимой влажности, с соблюдением санитарных норм, и других требований к транспортировке продуктов;

– преодолеть технологическую неразвитость российского рынка;

– повысить восприимчивость российских потребителей к инновациям в сфере онлайн-ритейла. Старшее поколение в большинстве своем не готово или не умеет пользоваться Интернет-технологиями, остальные группы населения при умении ими пользоваться не готовы резко изменить привычные способы покупки продуктов на онлайн-покупки;

– снятие запрета на торговлю в Интернете некоторыми видами товаров, в т.ч. спиртными напитками. В настоящее время Минфин РФ завершил разработку законопроекта о легализации продаж спиртного в Интернете с 2019 г. (это относится к пиву и пивным напиткам, сидру, медовухе, отечественным тихим и игристым винам).

Таким образом, рынок Интернет-торговли продуктами питания в России находится на начальных стадиях развития. Однако уже сейчас имеются предпосылки того, что в ближайшие годы данный вид розничной торговли продуктами питания станет главным двигателем электронной коммерции и ритейла, а в будущем возможно полное прекращение деятельности в форматах классического продуктового ритейла и окончательный переход на формат онлайн-торговли.

Список литературы

1. Швецов Д.В. Главные возможности и ошибки в онлайн-торговле. Nielsen [Электронный ресурс] URL: https://www.nielsen.com/ru/ru/insights/news/2018/glavnye-vozmozhnosti-i-oshibki-onlayn-torgovli.html.

2. Продажу алкоголя в Интернете могут легализовать с 2019 г. Известия [Электронный ресурс] URL: https://iz.ru/773420/2018-08-02/prodazhu-alkogolia-v-internete-mogut-legalizovat-s-2019-goda.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

УДК 33

ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

ЛОСЕВА АЛЛА СЕРГЕЕВНА,
к.э.н., доцент
ЛАНЬО АРИНА СЕРГЕЕВНА,
САМСЫГИНА ОЛЬГА АЛЕКСАНДРОВНА
студенты
ФГБОУ ВО «Мичуринский государственный аграрный университет»

Аннотация: в статье рассматривается инвентаризация как основной инструмент обеспечения экономической безопасности в коммерческой организации. Сформулированы сущность, основные цели, принципы, функции инвентаризации. Разработан и предложен возможный состав постоянно действующих и рабочих комиссий.
Ключевые слова: экономическая безопасность, инвентаризация, комиссии.

INVENTORY AS A TOOL OF ECONOMIC SECURITY IN COMMERCIAL ORGANIZATIONS

Loseva Alla Sergeevna
Lanyo Arina Sergeevna
Samsygina Olga Alexandrovna

Abstract: the article considers the inventory as the main tool for ensuring economic security in a commercial organization. The essence, main goals, principles, functions of inventory are formulated. A possible composition of permanent and working commissions has been developed and proposed.
Keywords: economic security, inventory, commissions.

В современных условиях хозяйствования процесс эффективного функционирования и динамичного развития российских коммерческих организаций во многом зависит от грамотно организованного и действенного обеспечения экономического контроля. Особое место в системе экономического контроля занимает инвентаризация. Не вызывает сомнений, что инвентаризация способствует устранению совокупности внешних и внутренних угроз экономической безопасности. Под инвентаризацией понимается определенная и целенаправленная последовательность практических действий, направленных на документальное подтверждение наличия, поступления, выбытия, состояния и оценки имущества и обязательств коммерческой организации с целью обеспечения достоверности отражения сформированных учетных данных.

Основное значение инвентаризации состоит в том, что факт наличия активов коммерческой организации устанавливается и определяется с помощью проведения приемов фактического контроля, такие как: осмотр, обмер, взвешивание и пересчет. В ходе инвентаризации полученные данные о имеющихся хозяйственных средствах обязательно фиксируются в инвентаризационных описях и в сличительных ведомостях. Таким образом осуществляется сравнение данных бухгалтерского учета с целью определения соответствия, недостач или излишков. Основные цели инвентаризации в коммерческих организациях представлены на рисунке 1.

Рис. 1. Основные цели инвентаризации в коммерческих организациях

Принципы инвентаризации находятся в логической взаимоувязке с основными целями ее проведения. Они сводятся к внезапности, объективности, гласности, сопоставимости, полноты охвата объектов, оперативности и экономичности.

Принципы инвентаризации применительно к коммерческим организациям представлены на рисунке 2.

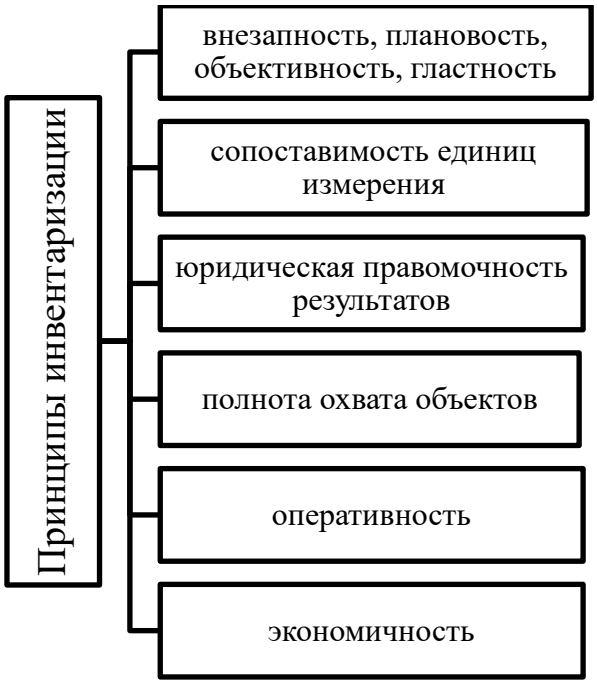


Рис. 2. Принципы инвентаризации в коммерческих организациях

Функции по организации и контролю за проведением инвентаризации в коммерческих организациях, как правило, реализуют две комиссии: постоянно действующая и рабочая. Возможный состав постоянно действующей комиссии представлен на рисунке 3.

Постоянно действующие комиссии выполняют следующие функции:

-обсуждают с руководителями отделов, подразделений вопросы сохранности материально-производственных запасов;

-организуют процесс проведения инвентаризаций;

-проводят инструктаж членов инвентаризационных комиссий;

-осуществляет контрольные проверки правильности проведения инвентаризаций;

- проводят выборочные инвентаризации в межинвентаризационный период и др.

Рис. 3. Возможный состав постоянно действующей комиссии в коммерческой организации

Постоянные комиссии создают рабочие инвентаризационные комиссии. В коммерческих организациях, имеющих отделы (подразделения), формируются специальные инвентаризационные комиссии по каждому отделу, складу, подразделению. Возможный состав рабочих комиссий представлен на рисунке 4.

Рис. 4. Возможный состав рабочей комиссии в коммерческой организации

Рабочие инвентаризационные комиссии выполняют следующие функции:

-осуществляют инвентаризацию ценностей и денежных средств в местах хранения;

-участвуют в проведении результатов инвентаризаций и разрабатывают предложения по зачёту недостач и излишков по пересортице, а также списанию недостач в пределах норм естественной убыли;

-предлагают варианты по систематизированию поступления, хранения и отпуска материальных ценностей, совершенствованию учёта и контроля за их сохранностью;

-реализации сверхнормативных и неиспользуемых материальных ценностей.

Таким образом, инвентаризация в современных условиях экономического развития выступает важнейшим инструментом обеспечения экономической безопасности коммерческих организаций путем определенной и целенаправленной последовательности практических действий, направленных подтверждение достоверности данных бухгалтерского учета и отчетности.

Список литературы

1. Лосева, А.С. Внутрихозяйственный контроль и оценка рисков в системе обеспечения экономической безопасности предприятий АПК / А.С. Лосева, А.В. Коробкина. // Научные достижения и открытия 2017: сб. статей III Международного научно-практического конкурса. 2017. С. 66-68.

2. Лосева, А.С. Контроль как инструмент обеспечения экономической безопасности в сельскохозяйственных организациях / А.С. Лосева, А.Ю. Мещерская // Лучшая студенческая статья 2017.- сб.статей X Международного научно-практического конкурса в 2ч.Ч2.- Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение».- 2017.-С.18-20

©А.С. Лосева, О.А. Самсыгина, А.С. Ланьо, 2019

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В ЭКОНОМИКЕ

УДК 004.78

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ УЧЕТА РАБОЧЕЙ АКТИВНОСТИ СОТРУДНИКОВ

КУРБАТОВА ПОЛИНА ВЯЧЕСЛАВОВНА

студентка
Гродненский государственный университет имени Я. Купалы

Аннотация: в статье описываются основные проблемы, с которыми сталкиваются руководители при выборе систем учета рабочего времени. Даётся краткое описание систем учета рабочего времени, а также их основных функций. Также для анализа рынка СУРВ рассматриваются три популярные автоматизированные системы, которые включают в себя функции тайм-трекинга: JIRA, Битрикс24, PrimaERP.
Ключевые слова: проектная деятельность, система учета рабочего времени, хронометраж, тайм-трекеры, методологии разработки.

RESEARCH OF THE MARKET OF AUTOMATED ACCOUNTING SYSTEMS FOR WORKING ACTIVITY OF EMPLOYEES

Kurbatova Polina Vjacheslavovna

Abstract: The article describes the main problems faced by managers when choosing systems of time accounting. A brief description of working time accounting systems, as well as their main functions, is given. Three popular automated systems, which include time-tracking functions, are also considered for the analysis of the SURF market. These automation systems are JIRA, Битрикс24, PrimaERP.
Key words: project activities, time tracking system, timekeeping, time trackers, development methodology.

Мониторинг рабочего времени включает в себя не только подсчет количества отработанных часов сотрудника, но и отслеживание его загрузки, продолжительности совещаний и встреч, перечня используемых программ, его активности на проектах. Выбор определенного способа мониторинга рабочего времени сотрудников прежде всего зависит от режима рабочего времени и нормирования рабочего дня. При выборе режима рабочего времени необходимо учитывать специфику работы каждого сотрудника. Все нюансы рабочего времени, такие как, сокращенное время работы, длительность трудовой недели и т.д., должны быть четко регламентированы и прописаны в специальных документах.

Также при выборе системы учета времени перед менеджером встает ряд вопросов: «Нужно ли учитывать время по каждой задаче?», «Нужно ли отчитываться каждый день?», «Полезны ли «таймшиты» и как они должны выглядеть?», «Кто должен заполнять отчёты и когда?» и т.д.

Перед тем, как перейти к анализу популярных СУРВ, рассмотрим подробнее сам термин «система учета рабочего времени». Система учета рабочего времени (СУРВ) – это комплекс аппаратных и программных мер, которые используются для контроля деятельности сотрудников фирмы в автоматическом режиме [1].

Однако, системы, которые осуществляют контроль за сотрудником, отслеживая запуск приложений на компьютере, регистрируя нажатия клавиш при наборе текста, как правило демотивируют и снижают продуктивность сотрудников. Поэтому рекомендуют использовать системы добровольного учета затрат времени, так называемые, тайм-трекеры. Они дают возможность планировать встречи и задачи в календарях, отмечать конец и начало рабочего дня. Сотрудникам, которые уже привыкли делать пометки в течение рабочего дня, ведение хронометража не будет в тягость, а даже поможет укрепить дисциплину и повысить личную эффективность.

Также в компаниях с проектной моделью управления часто используют системы для управления проектами. Такие системы, как правило, включают в себя системы учета времени. Популярными среди них на Российском рынке являются: JIRA, Битрикс24, PrimaERP. Проанализируем в отдельности каждую из систем.

Как уже отмечалось ранее, есть несколько методологий разработки и управления проектами, среди которых выделяют методологию Agile. Это семейство гибких методологий (подходов) к разработке программного обеспечения. Agile базируется на взаимодействии людей и в приоритет ставит их общение. В манифесте Agile сформулирована основная суть данных подходов: «Люди и взаимодействие важнее процессов и инструментов. Работающий продукт важнее исчерпывающей документации. Сотрудничество с заказчиком важнее согласования условий контракта. Готовность к изменениям важнее следования первоначальному плану» [2].

Jira – инструмент для управления проектами с помощью agile-методологий. Она включает в себя: управление версиями, настройки списка задач, оценку обязанностей команды, визуализацию активности команды, отчетность по прогрессу. Система предоставляет расширенные возможности для настройки и адаптации agile-практик для организации пользователя.

Jira может работать на локальном сервере, либо использоваться в качестве удаленного приложения. Jira платный инструмент, стоимость которого зависит от максимального количества пользователей (если она используется локально - $50 за пользователя в месяц, если удаленно - $7) [3].

В Jira задача является основным элементом учёта. Она может содержать название задачи, приоритет, название проекта, тип, и компоненты. К задаче могут быть добавлены новые пользовательские или системные поля или комментарии. На рисунке 1.1 представлена Kanban-доска с задачами. Упорядочивание задач и изменение их статуса может происходить просто перетаскиванием из одной колонки в другую. Колонки в свою очередь представляют собой статусы задач.

Задачу можно переименовывать, добавлять к ней комментарии или изменять статус, например, из «открыт» в «в работе». Последовательность переходов между состояниями называют Worflow (процесс обработки задач). Она определяется для каждого проекта, кроме последовательности задач, также можно ограничивать права для перевода из одного статуса в другой. Можно задавать разные последовательности для одного проекта в зависимости от типов задач. Любые изменения в задаче фиксируются в журнале. Пример процесса обработки задач в проекте представлен ниже на рисунке 1.

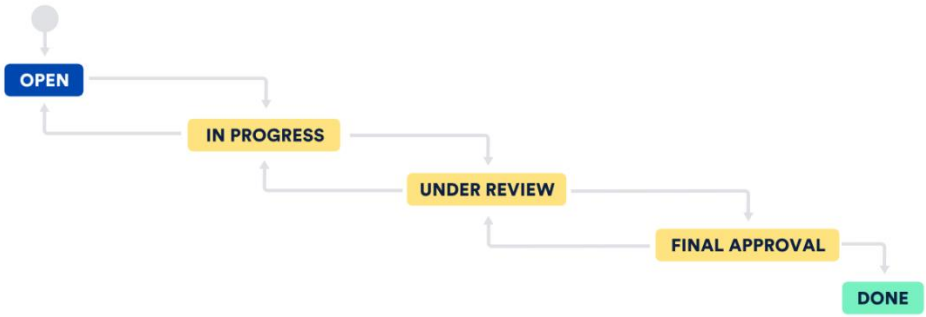


Рис. 1. Процесс обработки задач в системе Jira

В Jira существуют группы пользователей и роли. С помощью настройки ролей в системе можно организовать контроль доступа к проектам, задачам и функциям. Проект в JIRA представляет собой

набор задач и инструментов, которые позволяют координировать разработку программного продукта. Проект имеет название, проектного менеджера, ссылку на сайт проекта, рассылку оповещений, свою схему контроля доступа к задачам и действиям, связанным с ними.

В Jira можно планировать время выполнения задач, фиксировать кем и сколько было затрачено времени на ее выполнение. Как было сказано ранее, так как все изменения в задаче фиксируются, то есть возможность отслеживать историю изменений статусов задачи, историю комментарий и т.д.

Кроме вышеописанных функций Jira также предоставляет возможность создавать отчеты по проектам и по каждому из сотрудников, работающем на проекте. Кроме отчетов система в реальном времени отображает статистику затраченного времени, так что менеджер и команда могут оценить время, которое уходит на выполнение той или иной задачи.

Таким образом были рассмотрены основные возможности системы управления проектами Jira. Кроме управления проектами, Jira является мощным инструментом для отслеживания рабочей активности команды проекта, однако не подходит для отслеживания активностей всей компании в целом. В Jira не поддерживается иерархия отделов и подразделений компании, нельзя выделять отдельные офисы, отслеживать не только проектную активность, но и оплачиваемые и неоплачиваемые отпуска. Однако надо понимать, что есть много плагинов, которые позволяют расширить возможности системы, однако на сегодняшний момент они недостаточно кастомизируемые под нужды компаний и не позволяют в полной мере использовать аналитику на основании собранных данных.

Следующей системой, распространенной на Российском и Белорусском рынке, является система Битрикс24. Данная система очень многофункциональна и охватывает практически всё. Она имеет простой и понятный пользовательский интерфейс. В систему Битрикс24 добавлены возможности синхронизации с социальными сетями, почтой, а также организована своя корпоративная социальная сеть для сотрудников.

Кроме системы учета рабочего времени, в системе Битрикс24 функционируют системы контроля документооборота, телефония и CRM. Также есть возможность создавать отчеты, графики, диаграммы. Вся собранная информация в режиме реального времени передаётся менеджерам проектов и бухгалтерии. На основании отработанного времени начисляется заработная плата сотрудникам. В системе также существуют такие единицы, как задача, проект, роли и т.д. В системе Биртрикс24 задачи могут быть отображены на Диаграмме Гантта.

Также у сотрудников есть возможность планировать свой день. Календарь позволяет наметить совещания, встречи, планерки, обеденный перерыв и т.д. При открытии системы у каждого сотрудника запускается счетчик времени, она предупреждает сотрудника об отклонениях от намеченного плана, позволяет перераспределять время и сдвигает соответственно рабочий день.

Однако такой контроль рабочего времени и оповещение обо всех его действиях менеджеру зачастую демотивирует сотрудника и не позволяют сосредоточиться на выполнении задач, так как всё время надо придерживаться строгого плана. Поэтому многие коммерческие организации отказываются от такого жесткого хронометража и отдают предпочтение более лояльным системам.

Как было отмечено выше, система Битрикс24 также имеет функцию генерации отчетов. Все данные могут быть выгружены в Excel. Отчеты генерируются в режиме реального времени. Менеджер имеет возможность в любой момент увидеть по задачам статусы их выполнения, планируемые затраты, а также уже затраченные часы и ресурсы (рисунок 2).

Проанализировав систему Битрикс24 можно заметить, что она охватывает практически все аспекты бизнес-процессов компании. Однако недостатком такой системы является сложность ее настройки под определенный бизнес, так как она изначально разработана как универсальный инструмент. В следствие чего ИТ-компании достаточно редко используют данную систему для управления проектами и ведения учета времени.

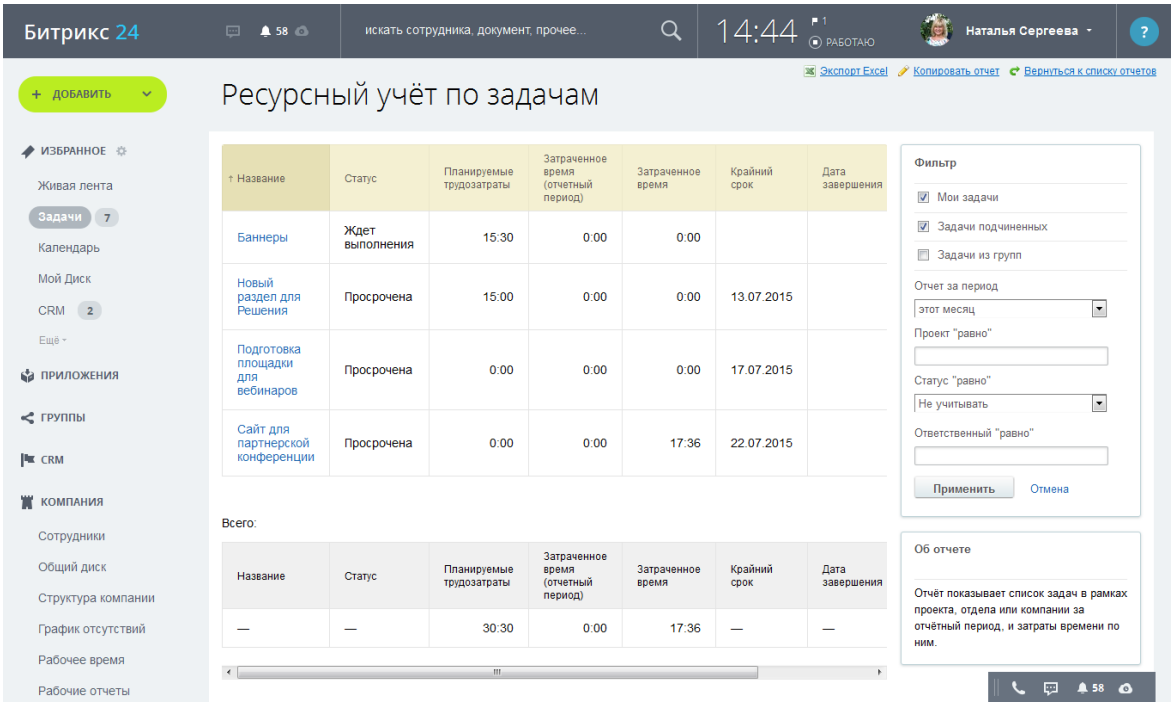


Рис. 2. Сводка по выполнению задач в системе Битрикс24 [4]

Третьей системой, рассматриваемой в данной работе, является приложение PrimaERP, разработанное непосредственно для учета рабочего времени. Его основными элементами являются таймшиты (аналоги задач). Учет времени ведется по задачам, на освновании которого выставляются счет клиентам, рассчитывается заработная плата, либо просто генерируются отчеты. Данная система доступна через браузер, планшет или смартфон. Нет десктопной версии. PrimaERP не позволяет установить конкретную зарплату для разных исполнителей. В приложении доступны ежедневные, еженедельные или ежемесячные обзоры расхода времени. Активности представлены в виде прямоугольников с описанием задачи, которые расположены на своеобразной временной шкале.

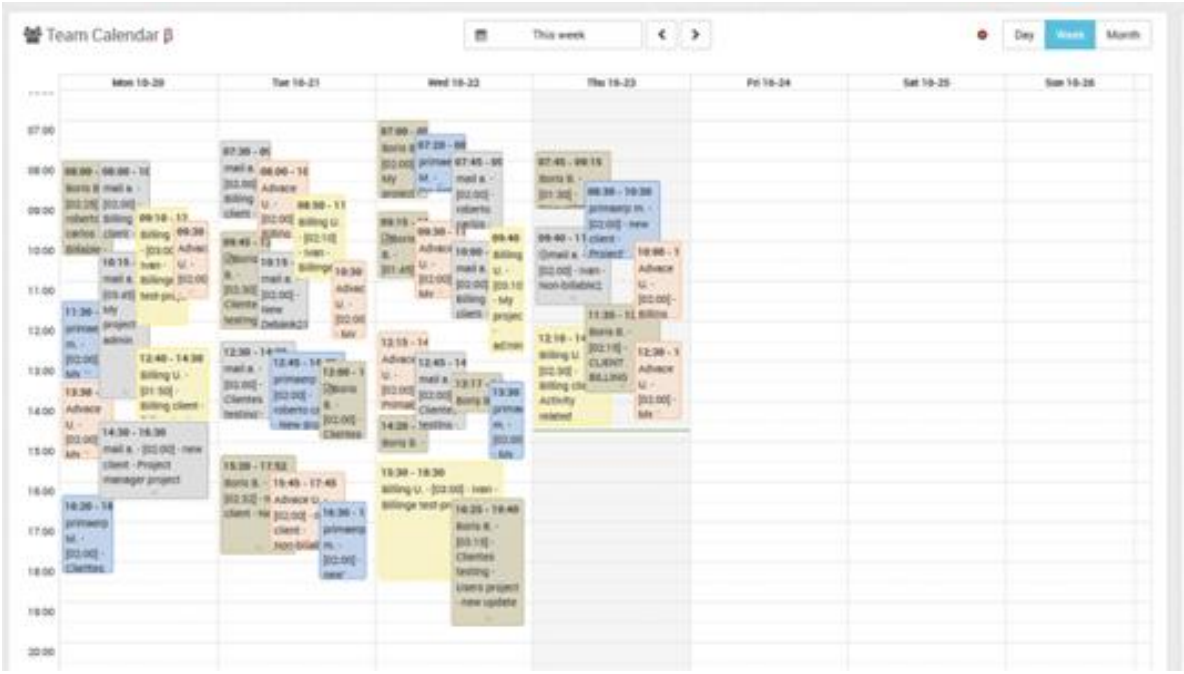


Рис. 3. Учёт рабочего времени в системе «primaERP Time Tracking» [5]

На основе проделанной работы можно сделать следующие выводы и оценки:

1. На сегодняшний день в мире существует множество систем учета рабочего времени, которые позволяют не только подсчитывать рабочее время сотрудников, но и анализировать эффективность его использования.

2. Существует множество методов учета активности сотрудников, среди которых самым популярным является хронометраж. Хронометраж позволяет понять, почему нет результата, несмотря на то, что есть цели, действия по их достижению и мотивация.

3. Основной особенностью современных систем тайм-трэкинга является их направленность на проекты и задачи. Задачи создаются в проектах, для выполнения задач назначаются исполнители. Задачи могут быть разного типа и иметь подзадачи, могут быть связанными с друг с другом. Чаще всего в таких системах задачи располагаются на временной шкале, где возможно отследить эффективность распределение рабочего времени.

Список литературы

1. Корпоративный сайт ООО «СёрчИнформ» [Электронный ресурс] – 2018. – Режим доступа: https://searchinform.ru/ – Дата доступа 02.11.2018.

2. Manifesto for Agile Software Development [Electronic Resource]. – 2018. – Mode of access: http://agilemanifesto.org/. – Date of access: 21.11.2018.

3. Руководство пользователя JIRA // Confluence: База знаний о JIRA [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Jira – Дата доступа: 05.17.2018.

4. Корпоративный сайт ООО «1С-Битрикс» [Электронный ресурс] – 2018. – Режим доступа: https://www.bitrix24.by/ – Дата доступа 09.11.2018.

5. PrimaERP // ABRA Software [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.primaerp.com/timetracking/ – Дата доступа: 06.11.2018.

© Курбатова П.В., 2019

УДК 378

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ

ПЕТРОВА АНАСТАСИЯ АНДРЕЕВНА,
студентка 2 курса
КОСИНОВА ИННА ВАНЦЕТОВНА
преподаватель
ОГАПОУ «Алексеевский колледж»

Аннотация: Авторы рассматривают роль информационных технологий в развитии экономики. Рассмотрены понятия экономической информации и ее места в процессах экономики. Значение информационного ресурса, который предоставляет информацию и средства потребителю. Перечислены факторы, влияющие на использование информационных технологий в экономике.
Ключевые слова: экономическая информация, информационный ресурс, информационные технологии в экономики, факторы определяющие использование информационных технологий, потребитель.

THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF ECONOMY

Petrova Anastasia Andreevna,
Kosinova Inna Vantsetovna

Annotation: The authors consider the role of information technology in economic development. The concepts of economic information and its place in the processes of the economy are considered. The value of an information resource that provides information and tools to the consumer. The factors affecting the use of information technology in the economy are listed.
Keywords: economic information, information resource, information technology in the economy, factors determining the use of information technology, consumer.

На сегодняшний день в развитии современной экономики большую роль играют информационные технологии. Их использование в экономике дают положительный как экономический эффект, так и производственный результат. Возможность быстрой и своевременной компьютерной обработки информации и информационных ресурсов, их передачи на любые расстояния, в самые минимальные сроки, при использовании современных информационных технологий, компьютеров и другой техники с целью получения положительного оптимального результата выполнения операций, эффективного влияния на комплекс действий, которые осуществляется над экономической информацией и способствует развитию экономики.

Свое признание в качестве одного из важнейших экономических ресурсов информация получила примерно тридцать лет назад. Первые попытки определить границы понятия информация были сделаны в США экономистом Фрицом Махлупом. По его словам, под влиянием информации экономика переросла в новый сектор народного хозяйства, в котором происходит производство, обработка и управление знаниями, и получила название «Экономика знаний» [1]. Он также попытался дать ответ на вопрос и о том, какая часть богатства страны является результатом производства, обработки и распространения информации. Вслед за этим были опубликованы методики анализа информационной деятельности

М. Пората и М. Рубина [2]. Именно они получили широкое распространение в мировой практике.

В наши дни информация является одним из важнейших ресурсов развития общества наряду с материальными и человеческими ресурсами.

Информационные ресурсы информируют общество о товарах и услугах, которые удовлетворяют потребности людей в новых сведениях и знаниях разного рода эстетических потребностей. Главная функция информационных ресурсов – предоставить определенную информацию и средства, которые могут эти знания воссоздавать. В качестве экономического ресурса информация выполняет функцию обмена, ее количество ограничено, при этом на нее предъявляется платежеспособный спрос. Значимость информации, ее практическая ценность заключается в возможности предоставить дополнительную свободу действий ее потребителю. Информация расширяет набор возможных альтернатив и позволяет правильно взвесить и оценить их последствия, помогает снимать неопределенность в той или иной ситуации.

Таким образом, в наши дни экономическая информация является одним из важнейших ресурсов развития общества наряду с материальными и человеческими ресурсами, которая предоставляет определенную информацию и средства потребителю.

Мы живем в эпоху развития компьютерных технологий. Использование в экономике информационных технологий сегодня является одной из самых популярных тем для исследования. Экономистам нужно знать и уметь правильно применять информационные технологии.

Существует несколько вариантов смыслового наполнения информационных технологий, которые новую информационную среду: связь, вычислительную технику и средства массовой информации.

Использование информационных технологий в экономике включает технологические процессы обработки больших массивов экономической информации. Кроме того, сегодня изучают способы сбора информации из разных источников, которые доступны человечеству. Обработка экономической информации происходит по определенным и заранее заданным алгоритмам, которые нужно не просто уметь использовать, а прежде всего, следует понимать их правильный смысл и назначение. Хранение экономической информации может осуществляться в разных объемах и на различных носителях. При этом, передавать сегодня информацию можно на разные расстояния и в кратчайшие сроки.

Использование информационных технологий и вычислительной компьютерной техники изменила функцию денег. На современном этапе денежные средства выступают в роли средств расчетов экономических операций. Благодаря развитию информационных технологий появился виртуальный банкинг и системы оплаты, которые играют значительную роль в развитии современной экономической деятельности государства.

В экономике для эффективной обработки, сортировки и отбора данных используют информационные технологии, с целью осуществления максимально эффективного процесса удовлетворения потребностей. Так же информационные технологии служат эффективным инструментом в принятии экономически важных решений и участвуют в процессе оптимального управления движения денежных средств.

За последние годы, современная экономика показывает существенный рост значения информационных технологий. В большей степени это обуславливается низким уровнем конкуренции, при котором основной целью была экономия на издержках, что само собой не позволяло ни внедрять, ни разрабатывать что-либо новое. Так же это было обусловлено и тем, что массового потребителя заботила в большей степени лишь цена и качество, другие же факторы стояли далеко позади.

Толчком к более активному использованию и внедрению информационных технологий можно выделить следующие основные факторы:

1.Рост конкуренции, который рассматривается не только как стандартные требования, но должен соответствовать определённым стандартам качества, организации вынуждены привлекать клиентов массой дополнительных высококачественных услуг, которая заключается в быстрой и удобной доставке, возможности мгновенной обратной связи, предоставление полной информации о товаре и услуге на сайте и многое много другое.

2.Глобальное изменение поведения потребителей. Современный потребитель требует не только

низкие цены, не только высокое качество, но и полный спектр дополнительных услуг. Потребитель требует индивидуальный подход, который обеспечил бы высокую скорость двухсторонней коммуникации, чтобы получать всю необходимую информацию в любое удобное время.

3.Доступность информационных технологий в наши дни. Для большинства организаций с ограниченным бюджетом, наиболее приоритетным направлением является использование информационных технологий и глобальной сети Интернет.

Таким образом, за последние годы, современная экономика показывает существенный рост значения информационных технологий. На использование информационных технологий в экономике повлияли такие факторы как: рост конкуренции, глобальное изменение поведения потребителей, доступность информационных технологий в наши дни. Современные модели экономического роста направлены на автоматизацию базовых экономических процессов. Информационных технологий дают дополнительные возможности для просчета и прогноза экономически важного результата, чтобы на его основании уже принимать правильное и взвешенное управленческое решение. Все эти модели дают возможность осуществить подсчет совокупного экономического эффекта, риски и гибкость показателей системы.

Список литературы

1. Masuda Y. The Information Society as Post-Industrial Society. Washington. 1981.
2. Porat M. Rubin M. The Information Society: Development and Measurement. Washington. 1978.
3. Балдин К. В., Уткин В. Б. Информационные системы и технологии в экономике. – М.: АСТ-пресс, 2012. – 425с.
4. Горбачев Н.Н., Гринберг А.С., Бондаренко А.С. Информационные технологии управления. – М.: Дело, 2011. – 647с.
5. Советов Б. Я. Информационные технологии в современной экономике. – М.: Высшая школа, 2012. – 263с.

УДК 004.4

РАЗРАБОТКА ИТ-ИНФРАСТРУКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА АРХИТЕТКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

ДИДЫК ТАТЬЯНА ГЕННАДЬЕВНА,
к.т.н., доцент
УТАРБАЕВА АСЕЛЬ АБУБАКЕРОВНА
магистрант
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный авиационный технический университет»

Аннотация: Объектом исследования является инновационное предприятие. Целью исследования является разработка ИТ-инфраструктуры для предприятия, что повысит эффективность процесса согласования планов, на инновационном предприятии.
В ходе исследования был проведен анализ предметной области; проведен анализ существующих программных средств, поставлены задачи и разработаны алгоритмы решения задач.
Ключевые слова: бизнес- процесс, структурное подразделение, ИТ, информационная система, инновационное предприятие, документооборот.

DEVELOPMENT OF IT ENTERPRISES INFRASTRUCTURE BASED ON ANALYSIS OF ENTERPRISE ARCHITECTURE

Didyk Tatyana Gennadyevna,
Utarbaeva Asel Abubakerovna

Annotation: The object of the research is an innovative enterprise. The aim of the study is to develop the IT infrastructure for the enterprise, which will increase the efficiency of the process of coordinating plans in an innovative enterprise.
During the study, an analysis of the subject area was conducted; The analysis of existing software has been carried out, tasks have been set and algorithms have been developed for solving problems.
Keywords: business process, structural unit, IT, information system, innovative enterprise, document flow.

В данной работе будет рассмотрено информационные системы для управления планов организационно-технического развития (ОТР) на предприятии.

Успешное функционирование предприятий связано с высоким уровнем автоматизации процессов планирования, прогнозирования и управления.

Актуальность проекта построена на разработке и внедрении модуля автоматизированной системы работы компании, что предопределит успешную реализацию качественного продукта потребителю и явится одним из главных источников функционирования предприятия.

Автоматизированная информационная система (АИС) – это совокупность различных средств, которые необходимы для автоматизации различных действий, связанной с подачей, обработки информации.

Для процесса формирования, выполнения и контроля плана ОТР техническое сопровождение программы разработчиком не осуществляется.

С момента внедрения программы произошли изменения в процессе формирования, выполнения и контроля плана ОТР (смена подразделений, изменение форм отчетности). Поскольку разработчиком был закрыт договор, проведение изменений в системе силами занимает длительное время, либо является невозможным.

На сегодняшний день программа не удовлетворяет необходимому уровню формирования данных, а также имеет недостатки, исправления которых добиться не удалось. В связи с этим работникам большую часть работы, связанной с формированием отчетных данных плана ОТР, приходится выполнять вручную.

Кроме того не организован процесс отслеживания полного согласования (или не согласования) заявок по плану ОТР. Так, бюджет, выделенный на реализацию плана ОТР, полностью не используется. Дальнейший ход жизненного цикла заявок по плану ОТР не отслеживает и не имеет доступа к таковому, что приводит к многочисленным спорам и несоответствиям при подготовке сводных данных. И многие другие вопросы, которые занимают очень много времени на отчеты, так как на производстве отсутствует единая информационная система.

На предприятиях основными программами для работы являются, финансовые такие как 1С и Контур, они используются экономической службой для формирования отчетности.

Существует потребность в том, чтобы руководитель и сотрудники отделов имели возможность контроля и согласования плана ОТР.

Для формирования отчета необходимо собрать информацию. Затем происходит сам процесс формирования отчета.

Цель улучшить и внедрить ЭИС заключается в автоматизации деятельности отдела по ведению плана и работников, что позволит добиться экономического эффекта: снижение трудоемкости обработки информации; уменьшение возможности ошибок; сокращение времени.

Выходная информация будет представлена данными: сводная ведомость затрат; готовый план в MS Excel. Диаграмма IDEFO «Как будет» представлены на рисунке 1,2.

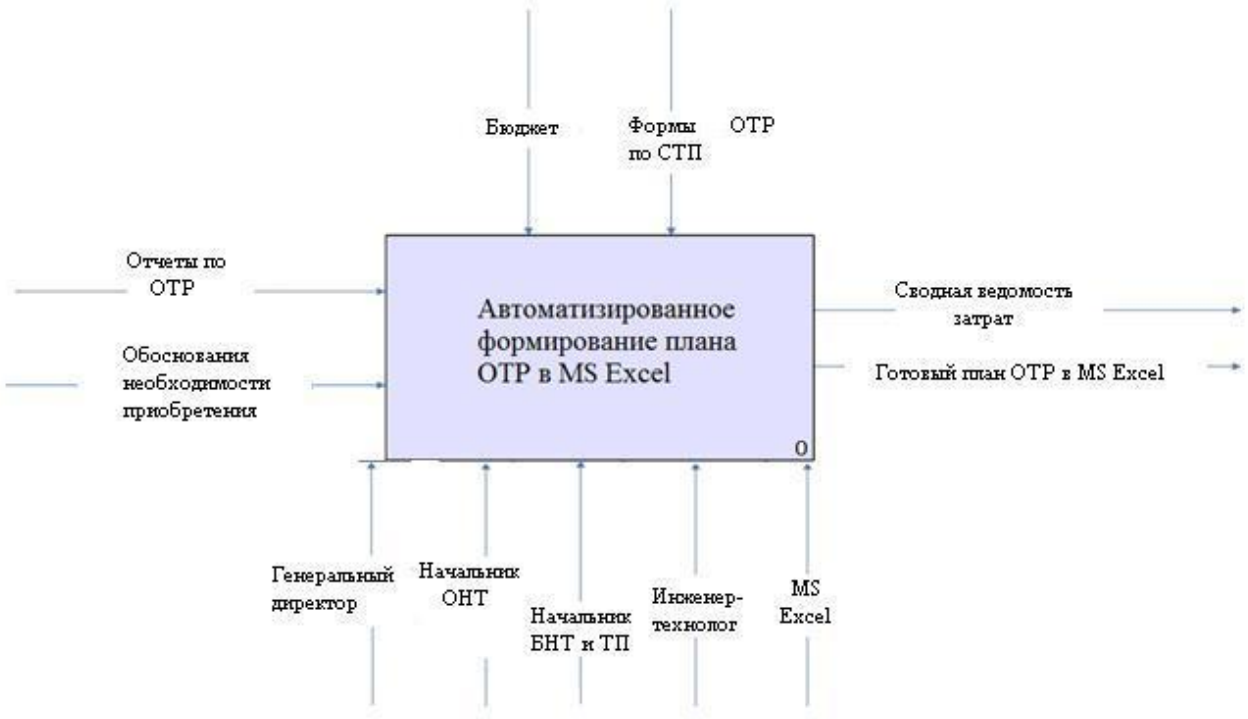


Рис. 1. Диаграмму IDEF0 «как будет»

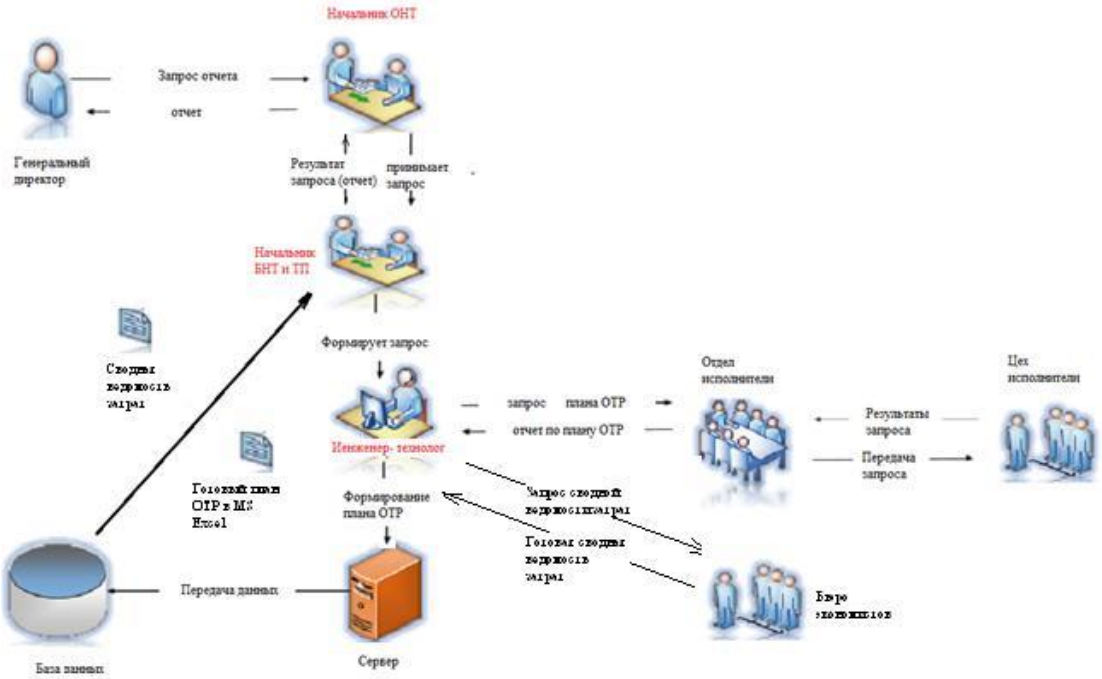


Рис. 2. Мнемосхема процесса «Как будет»

Подводя итог можно сказать, что установка системы и контроля и управления позволит решить ряд проблем на предприятии:

- сократить время на формирование плана ОТР;
- снизить вероятности ошибок при введении данных для формирования плана ОТР;
- осуществить контроль за выполнением плана ОТР;
- согласовать этапы мероприятий плана ОТР;

При реализации проекта, необходимо основываться на целях, которые могут быть достигнуты по завершению проекта создания системы, которые выражаются в эффекте, получаемом за счет повышения управляемости процесса, снижения потери и затрат, повышения эффективности системы управления.

Список литературы

1. Антюшкина, Н. Б. Инновационный бизнес в России: новые импульсы из Швеции / Н. Б. Антюшкина. — М.:Человек и труд, 1999. - С. 66-69.
2. Артюх, И. Г. Предприятия и научно-технический прогресс / И. Г. Атюх. — М.: Экономист, 1999. - С. 30-39.
3. Балдин, К. В. Информационные системы в экономике / К. В. Балдин, А. Б.Уткин. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», -2007. - 395 с.

УДК 338.984

РЕШЕНИЕ ЗАДАЧ ЛИНЕЙНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ MICROSOFT SOLVER FOUNDATION

АЛЕКСЕЕВ ГЕОРГИЙ СЕРГЕЕВИЧ

Студент
Кафедра «Теплофизика и информатика в металлургии,
ФГАОУ ВО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Аннотация: данная статья посвящена вопросам программной реализации решения задач линейного математического программирования с использованием нового инструмента от корпорации Microsoft – Solver Foundation. Освещены основные положения при использовании данного инструменты, разобраны соответствующие примеры.
Ключевые слова: линейное программирование, microdoft solver foundation, математические модели, оптимизация.

SOLUTION OF LINEAR PROGRAMMING PROBLEMS USING MICROSOFT SOLVER FOUNDATION

Alekseev Georgiy Sergeevich

Abstract: this article is devoted to the software implementation of solving linear mathematical programming problems using a new tool from Microsoft Corporation – Solver Foundation. Highlights the main provisions when using this tool, analyzed relevant examples.
Key words: linear programming, microsoft solver foundation, mathematical models, optimization.

Практически все экономические задачи так или иначе сводятся к линейным математическим моделям, которые также принято называть моделями линейного программирования. Термин впервые был озвучен в конце 30-хы годов, когда программирование в его классическом понимании, то есть программирование с использованием компьютерной техники, не было настолько развитым, как, например, сегодня. Термин происходит от английского "programmation", что является не очень удачным переводом, так как оно сильно перекликается с классическим компьютерным программированием. Когда речь идет о линейном программировании, как правило понимается выработка оптимального плана-решения в ходе решения задач линейной структуры. Наиболее популярными примерами таких задач могут быть: экономия ресурсов при подаче топлива в металлургическом цеху, уменьшение издержек производства мебели, выработка оптимальной цены товара в целях увеличения спроса при сохранении нужного уровня прибыли.

Существует большое количество методов решения задач линейного программирования: алгоритмом Флойда, алгоритм Дейкстры на графах, графический метод, метод симплекс-таблиц.

И многие другие. Во времена, когда компьютерная техника не получила широкого распространения, задачи такого класса приходилось решать вручную, на бумаге, что по понятным причинам отнимало очень много времени и сил исследователя, а решение задачи высоких порядков давалось с большим трудом.

С развитием компьютерной техники решение задач оптимизации стало занимать меньшее время за счет выполнения рутинных расчетов машиной. Позже начали появляться различные математические пакеты, способные решать широкий круг математических задач и задач математической физики. К ним можно отнести: MathCad, MathLab. Для статистических расчетов был создан пакет Statistica. Также широко применяется табличный редактор Excel, имеющий в своем арсенале широкий набор математических и графических инструментов.

Такое программное обеспечение удобно использовать «здесь и сейчас», то есть рассчитать какую-нибудь математическую модель, записать результаты и закрыть программу. Но такой подход неприменим, когда речь идет о прикладном программном обеспечении, задачей которого является установление оптимального соотношения расхода природного газа в доменном цехе. Обычным сотрудникам, использующим прикладное ПО, гораздо удобнее, чтобы расчеты производились не в математическом пакете, для работы с которым требуются специальные знания, а в удобной настольной программе или веб-приложении, с удобным пользовательским интерфейсом.

В таком случае прикладным программистам зачастую приходилось реализовывать решения математических задач самостоятельно или создавать связи между создаваемой программой и программой, производящей расчет.

По мере того, как усложнялось прикладное программное обеспечение, написанное таким образом, становилось понятно, что лишние зависимости в виде обращений к сторонним программам не несут пользы и необходимы специализированные библиотеки для решения подобного класса задач с использованием языка программирования, нативно, без обращений к API другого ПО.

В 2011 году была выпущена первая версия библиотека Microsoft Solver Foundation для .NET разработчиков.

Microsoft Solver Foundation - это полный набор средств разработки для моделирования, оптимизации, основанный на среде выполнения управляемого кода. Для математического программирования можно использовать язык Visual C#, Visual Basic, Visual C++, Visual F# и IronPython. Кроме того, эти языки используют функциональные возможности платформы .NET Framework, которая обеспечивает доступ к ключевым технологиям, таким как ASP.NET и Silverlight, который можно использовать в математических приложениях.

Разберем использование данной библиотеки на базе примера решения экономической задачи.

Магазин запросил у производителя изготовить брюки и спортивные куртки. У производителя есть 750 m2 хлопковой ткани и 1000 m2 полиэфира. Изготовление одной пары брюк требует 1 м2 хлопка и 2 м2 полиэстера, куртка: 1,5 м2 хлопка и 1 м2 полиэстера.

Цена брюк зафиксирована на уровне $50, куртки - $ 40.

Какое количество брюк и курток производитель должен поставить в магазины, чтобы эти вещи продались максимально выгодно?

Необходимо выбрать целевую функцию и ограничения.

Целевая функция:

f(x, y) = 50x + 40y -> max

Ограничения:

2x + 3y <= 1500,

2x + y <= 1000,

x >= 0,

y >= 0.

Формализуем задачу на языке программирования C#. Листинг программного кода представлен на Рис.1.

```
using Microsoft.SolverFoundation.Services;
using System;
using System.Linq;

namespace LinearProgrammingSFS
{
    class Program
    {
        static void Main(string[] args)
        {
            // Создаем контекст MSF и модель для решения задачи
            SolverContext context = SolverContext.GetContext();
            Model model = context.CreateModel();

            // Создаем решения для целевой функции
            Decision x = new Decision(Domain.RealNonnegative, "pants");
            Decision y = new Decision(Domain.RealNonnegative, "jackets");
            model.AddDecisions(x, y);

            // Добавляем ограничения
            model.AddConstraints("production",
              2 * x + 3 * y <= 1500,
              2 * x + y <= 1000);

            model.AddConstraints("nonnegative",
              x >= 0,
              y >= 0);

            // Добавляем цель - то, что нужно максимизировать
            model.AddGoal("cost", GoalKind.Maximize,
              50 * x + 40 * y);

            //Получаем решение и выводим его на консоль
            Solution solution = context.Solve(new SimplexDirective());
            Report report = solution.GetReport();
            Console.WriteLine("result: " + solution.Goals.First().ToDouble());
            Console.WriteLine("x: {0}, y: {1}", x.ToDouble(), y.ToDouble());
            Console.Write("{0}", report);
            Console.ReadLine();
        }
    }
}
```

Рис. 1. Программная реализация задачи оптимизации

После выполнения программы получим результаты, показанные на Рис. 2.

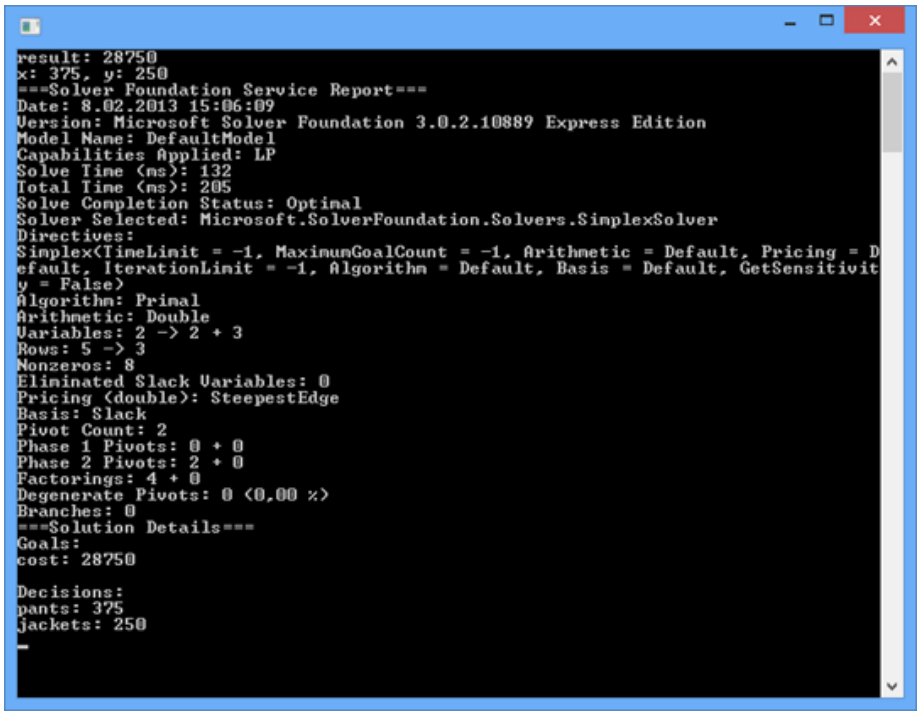


Рис. 2. Результаты решения

Можно подытожить, что Microsoft Solver Foundation - это мощный набор математических инструментов, позволяющий решать математические задачи при написании приложений. Фремворк имеет достаточно простой API, из этого следует, что для начала работы с ним не потребуется каких-либо дополнительных знаний, кроме как программирование на C#.

Список литературы

1. Лунгу К. Н. Линейное программирование. Руководство к решению задач. - М.: ФИЗМАТЛИТ, 2005. - 128 с
2. Агальцов, В. П. Математические методы в программировании / В.П. Агальцов. - М.: Форум, 2010. - 240 с
3. Иен Г. Программирование на C# 5.0/ Г. Иен. — Москва: Эксмо. — 2014. — 1136 с.

© Г.С. Алексеев, 2018

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 33

О МОДЕЛИРОВАНИИ В ПРОЦЕССЕ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

ЛЕБЕДЕВА И. В.
канд. соц. наук, доцент
Каспийский институт морского и речного транспорта

Аннотация: процесс моделирование позволяет безопасно применять и анализировать возможные варианты развития событий. Благодаря современным методам моделирования стало возможно увидеть эффект от изменения параметров процесса производства, не подвергая риску сам процесс. Моделирование помогает экономить ресурсы и время.
Ключевые слова: моделирование производство, оказание услуг, модель, подход.

ABOUT MODELING IN THE PROVIDING WITH SERVICES

Lebedeva I. Va.

Annotation: the modeling process allows us to apply and analyze possible scenarios safely. Thanks to modern methods of modeling, it became possible to see the effect of changes in the parameters of the production process, without jeopardizing the process itself. Modeling helps save resources and time.
Keywords: production modeling, service rendering, model, approach.

Исследование услуг и процессов их производства как объектов управления качеством включает в себя изучение реальных процессов и получаемых услуг, а также построение и анализ их моделей. Моделирование как способ научного исследования широко применяется во многих областях. На сегодняшний день не наблюдается единой классификации моделей процессов производства услуг и методик обоснования выбора типа модели для конкретных условий производства с учетом особенностей решаемых с их помощью задач. В то же время очевидно, что моделирование процесса производства услуги, несмотря на наличие специфических моментов, подчиняется общим закономерностям моделирования как метода познания, проработке которых в последнее время уделяется значительное внимание [4].

Используя общее определение модели [2], будем понимать под моделью процесса производства услуги как объекта управления качеством другой объект любой природы (мысленно представляемый или материально реализованный), способный замещать исследуемый объект и позволяющий получать информацию, необходимую для оценки качества процесса и услуги как его результата.

Построение модели процесса производства услуги в общем случае связано с выделением основных, существенных для управления качеством особенностей, составлением формализованных описаний на каком-либо языке (естественном, логико-математическом, графическом и др.) и поиском их мысленных и предметных интерпретаций, например, в случае необходимости использования технических средств моделирования. Выбор языка определяется удобствами построения и анализа модели. В общем случае возможен переход с одного языка на другой.

Известны различные способы построения моделей: по результатам обобщения производственного опыта, логического анализа, теоретических и экспериментальных исследований. Во многих случаях построение модели может быть выполнено в следующей последовательности: обоснование и выбор

типа и структуры модели; оценка ее параметров; проверка соответствия модели объекту.

Мысленные модели услуг можно разделить на наглядно-образные и знаковые. При этом наглядно-образные модели, например в форме упрощенных наглядных графических построений, являются основой для построения знаковых моделей, которые описывают существенные связи и зависимости в объектах в понятиях и символике логики и математики.

К знаковым моделям относятся модели-описания, модели-аналоги и модели-интерпретации. Модели-описания являются формальным описанием всех основных закономерностей процессов производства определенного класса услуг и представляют интерес для исследователей. Модели-описания по своей природе являются обобщениями и всегда имеют более общий характер, чем конкретный объект моделирования. Они являются общей моделью для всего класса объектов этого типа.

Модели-аналоги равны по общности объектам исследования и представляют различного рода приближенные описания, более простые и удобные для реализации, но в то же время дающие достаточные для практических целей результаты. Модели-интерпретации всегда менее общие, более конкретные по отношению к предшествующим им моделям. Их назначение - раскрыть какие-либо аспекты (обеспечить наглядность, показать способ ручного расчета и анализа, выхода на предметное, например, компьютерное моделирование и др.).

Первой моделью при моделировании услуги является наглядно- образная модель НОМ, возникающая на уровне мысленной интерпретации. Она строится из чувственно-наглядных элементов и отражает моделируемый аспект процесса МАП. Дальнейшее движение в общем случае осуществляется путем теоретического или экспериментального исследования класса процессов и построения обобщенной модели-описания МО. На ее основе для каждого конкретного процесса этого класса получают модель - аналог МА, которая создается путем исключения отдельных элементов, не характерных для конкретного процесса, а также посредством упрощения описаний с соблюдением заданной точности моделирования. Возможен другой путь построения модели-аналога с использованием методов системного анализа и идентификации ее структуры и параметров. В этом случае необходимы данные пассивного или активного эксперимента в производственных условиях [1].

В ряде случаев приемлемую для практического использования модель мысленной интерпретации ММИ можно получить непосредственно на основании наглядно-образной модели НОМ, например, модель ручного анализа сетевого графика. Из изложенного следует, что возможны два взаимосвязанных и взаимодополняющих подхода к построению моделей услуг: микро- и макроподход, раскрывающие различные стороны объекта управления качеством. Микроподход предполагает изучение внутренних аспектов процессов производства услуг. Макроподход ориентирует на абстрагирование от внутренней стороны и изучение процессов как целого. В результате возможны следующие разновидности моделей услуг: структурно- субстанциональные; функционально-энергетические; функционально- информационные; структурно-информационные; смешанные модели [3].

Структурно-субстанциональные модели создаются на уровне физических свойств материалов, из которых созданы компоненты и связи обслуживаемого объекта. Функционально-энергетические модели воспроизводят энергетические состояния объекта и их изменение в процессе эксплуатации и обслуживания.

Функционально-информационные модели абстрагированы от внутренней стороны процессов производства услуги еще больше. При их построении ограничиваются изучением потоков информации на входах и выходе объекта, способов кодирования информации, общих закономерностей функционирования. При построении структурно-информационных моделей учитывается конечное множество состояний процесса, логику и условия перехода из одного состояния в другое. Эти модели наиболее приспособлены для контроля и управления сложными комплексами работ, представляющими содержание услуг.

Модели процессов производства услуг могут быть построены в топологическом или метрическом пространстве. В метрическом пространстве необходимо установить ту или иную метрику, т.е. способ определения (задания) расстояния между элементами множества состояний, событий. При оценке качества процессов и услуг как их результатов устанавливаются маркетинговые и проектные метрики, а

также метрики реальных процессов и услуг, метрики процессов управления качеством [5].

Сегодня все большую популярность приобретает имитационное моделирование. Виртуальные эксперименты с имитационными моделями обходятся гораздо дешевле и занимают меньше времени, чем эксперименты с реальными системами. В отличие от аналитики на основе таблиц или методом линейной оптимизации, моделирование дает возможность наблюдать поведение реальной системы во времени с необходимым уровнем детальности. Например, можно проверить уровень загрузки складского помещения на заданную дату. Имитационная модель отображает гораздо больше деталей, чем аналитическая. Это делает имитационную модель точнее, а прогнозы на ее основе – более определенными.

Список литературы

1. Климов Е.Н., Попов С.А., Сахаров В.В. Идентификация и диагностика судовых технических систем. - JL: Судостроение, 1978 — 176 с.
2. Кощий С.С. Сертификация систем качества в деятельности классификационных обществ. // Научно-технический сборник Российского морского регистра судоходства, 2000, вып. 23.
3. Кощий С.С. Современные методы менеджмента качества во внутрифирменных системах управления предприятием. // Сборник докладов 5-й международной конференции по качеству, Ялта, 2002.
4. Морозов К.Е. Математическое моделирование в научном познании. - М.: Мысль, 1969 - 212 с.
5. Петрова А.Т., Карнаухова Н.Н. Об одном алгоритме нахождения критического пути сетевого графика. // Сб. тр. Института математики СО АН, 1964, вып. 11

УДК 336

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ФЕРМЕРОВ И РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

ПЬЯНЗИНА ОЛЬГА ИВАНОВНА,
преподаватель
ЛЯШЕНКО ВЛАДИСЛАВ ЯРОСЛАВОВИЧ
студент
ОГАПОУ «Алексеевский колледж»

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей, разрабатываемые направления федерального проекта «Система поддержки фермеров и развитие сельской кооперации» до 2024г. Планируемая государственная поддержка рассчитана на микро организации (КФХ) и малые предприятия СПоК-кооперативы. Система планируемых мероприятий включает три направления (гранты, субсидии, центры компетенций), содержит основные требования и условия получения грантов, субсидий.
Ключевые слова: государственная поддержка, федеральный проект, КФХ, СПоК, система мероприятий, сельскохозяйственное производство, гранты, субсидии.

STATE SUPPORT OF FARMERS AND DEVELOPMENT OF RURAL SOCIETIES

Pyanzina Olga Ivanovna,
Lyashenko Vladislav Yaroslavovich

Abstract: the article deals with the issues of state support of agricultural producers, developed areas of the Federal project "support system for farmers and the development of rural cooperation" until 2024. The planned state support is designed for micro organizations (KFH) and small enterprises SPoK-cooperatives. The system of planned activities includes three areas (grants, subsidies, competence centers), contains the basic requirements and conditions for obtaining grants, subsidies.
Keywords: state support, Federal project, farm, SPoC, system of measures, grants, subsidies, agricultural production.

Развитие агропромышленного комплекса, поддержка сельскохозяйственных производителей является приоритетным направлением внутренней экономической политики во многих странах мира. Основная цель - стабильность экономического развития отрасли, рост доходов, занятость населения и продовольственная безопасность. Мировой опыт государственного регулирования и поддержки сельского хозяйства включают:

- прямое государственное субсидирование (компенсационные платежи, компенсационные платежи ввиду ущерба от стихийных бедствий, реорганизацией производства и др.);
- косвенное регулирование (ценовое вмешательство, компенсация издержек сельскохозяйственным товаропроизводителям, содействие развитию рынка и производственной инфраструктуры и др.).

Россия индустриально – аграрная страна, где развитие рынка сельскохозяйственной продукции является одной из важнейших сфер развития экономики. За последние годы, в условиях санкций и экономического кризиса агропромышленный комплекс России добился значительных успехов. Сель-

ское хозяйство более быстрыми темпами, чем другие отрасли экономики адаптировалось к новым экономическим условиям.

Реализация мероприятий Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы, в том числе реализация мер по государственной поддержке сельскохозяйственных товаропроизводителей, позволила сохранить положительную динамику развития сельского хозяйства. С 2019 стартуют новые программы прямой и косвенной государственной поддержки фермерства и сельскохозяйственной кооперации в рамках национального проекта. Минсельхозом России разрабатывается федеральный проект «Система поддержки фермеров и развитие сельской кооперации» в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Федеральный проект по оказанию господдержки в первую очередь рассчитан на микропредприятия и предприятия малого бизнеса. Порядок получения субсидий содержат ряд требований к их получателям: для КФХ – хозяйство должно отвечать показателям и критериям микропредприятия; СПоК – кооператив должен соответствовать критериям микро (малого) предприятия, в соответствии с Федеральным законом от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»[2].

Общий объем планируемых затрат на реализацию данного проекта составляет около 37,4 млрд. рублей.

Данный проект рассчитан на период до 2024 года, и предусматривает реализацию мероприятий:

1. Грантовая поддержка крестьянских (фермерских) хозяйств (КФХ).
2. Предоставление субсидий сельскохозяйственным потребительским кооперативам (СПоК).
3. Достижение показателей эффективности центров компетенций в сфере сельскохозяйственной кооперации и поддержки фермеров.

Первое направление это грантовая поддержка. Направления грантовой поддержки КФХ планируется реализовывать в рамках субсидии, предоставляемой из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на обеспечение грантовой поддержки КФХ. Предусмотрено два варианта условий предоставления гранта грантополучателям:

- крестьянское (фермерское) хозяйство, зарегистрированное в текущем финансовом году, обязуется реализовать проект развития хозяйства, и грант используется на все направления деятельности хозяйства, где максимальный размер гранта составит 3 млн. рублей (основное обязательство КФХ – создать не менее 1 рабочего места на каждый полученный 1 млн. рублей гранта, в среднем сумма гранта составит 2 млн. рублей на 1 хозяйство);

- в случае выбора второго варианта и получения гранта до 4 млн. рублей, обязательным условием будет являться возможность использования части средств гранта для внесения в неделимый фонд СПоК, членом которого является хозяйство, в размере не менее 25%, но не более 50% суммы гранта (также фермер, должен будет представить в региональную конкурсную комиссию, как проект развития своего хозяйства, так и проект развития кооператива с помощью средств гранта, внесенных в неделимый фонд, и осуществлять деятельность кооператива не менее 5 лет с даты получения гранта). В случае досрочного прекращении деятельности или ликвидации кооператива – получатель гранта обязан осуществить возврата суммы гранта в полном объеме.

Второе направление это предоставление субсидий на развитие СПоК. Мера государственной поддержки направлена на стимулирование увеличения реализации сельхозпродукции, произведенной малыми формами хозяйствования, преимущественно, личными подсобными хозяйствами. Предоставление субсидий предполагает оказание господдержки по двум направлениям:

- субсидии на возмещение части затрат СПоК, связанных с реализацией сельхозпродукции, полученной от членов СПоК. Расчет субсидии будет осуществляться исходя из объема фактически реализованной готовой продукции от 1 до 40 млн. рублей (ориентировочный максимальный объем реализации в год) по дифференцированной ставке от 10% до 15% затрат. Предоставление данной субсидии будет осуществляться при условии увеличения как членской базы СПоК из числа личных подсобных хозяйств и крестьянских (фермерских) хозяйств, так и по обязательному увеличению объемов реали-

зации продукции СПоК. При этом не менее 70% выручки от реализации сельскохозяйственной продукции должно формироваться от реализации продукции, произведенной членами кооперативов.

Третье направление это предоставление субсидий на обеспечение деятельности и достижение показателей эффективности центров компетенций в сфере сельскохозяйственной кооперации и поддержки фермеров (т.е. центры компетенций). Минсельхозом России будут разработаны стандарты деятельности центров компетенций, порядок и перечень услуг предоставляемых малым формам хозяйствования. Показателями эффективности работы центров компетенций должно стать создание новых субъектов малого и среднего бизнеса в сельской местности.

По итогам реализации федерального проекта ожидается экономический эффект, в виде увеличения числа занятых в сфере малого и среднего бизнеса до 126 тысяч человек, в том числе: создание новых фермеров 8187ед.; создание дополнительных рабочих мест 16375ед.; прирост численности членов СПоК – кооперативов на 102128 ед..

Каждый экономический субъект, на каждом этапе своего жизненного цикла начиная с этапа планирования деятельности должен уметь юридически правильно реализовать весь спектр имеющихся у него прав, обязанностей, льгот, а также активно использовать имеющиеся ресурсы и потенциал развития в виде предлагаемых программ государственной поддержки бизнеса.

Список литературы

1. Федеральный закон от 29.12 2006 года № 264-ФЗ "О развитии сельского хозяйства" N 264-ФЗ (последняя редакция): [Электронный ресурс].– Режим доступа: http://www.consultant.ru.
2. Федеральный закон от 24.07 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». (последняя редакция): [Электронный ресурс].– Режим доступа: http://www.consultant.ru.
3. Указ Президента Российской Федерации от 7. 05. 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»: [Электронный ресурс].– Режим доступа: http://www.consultant.ru.
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 14.07 2012 г. № 717, «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы» (с изменениями и дополнениями): [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://base.garant.ru/7021.

УДК 330

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ

ГАББАСОВА РЕГИНА АЙРАТОВНА

Магистрант 3 курса
ФГБОУ БашГУ

Аннотация: Современное состояние рынка банковских услуг нельзя назвать стабильным. В последние годы наблюдается устойчивая тенденция сокращения числа банков в Российской Федерации. Этот процесс начался в связи с мировым экономическим кризисом в 2008 г. и продолжается до сих пор.
Ключевые слова: банки, банковские услуги, банковская деятельность, банковская система, рынок банковских услуг, банковская сфера, кредитный портфель.

ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF THE MARKET OF BANKING SERVICES

Gabbasova Regina Ayratovna

Abstract: the Current state of the banking services market cannot be called stable. In recent years, there has been a steady decline in the number of banks in the Russian Federation. This process began in connection with the global economic crisis in 2008 and continues to this day.
Keywords: banks, banking services, banking, banking system, banking services market, banking sector, credit portfolio.

Современное состояние банковской деятельности характеризуется непрерывными преобразованиями. Так, с 2013 по 2017 годы в России были отозваны лицензии более чем у 300 банков по всей стране. Таким образом, можно отметить значительное сокращение активов банков даже при незначительном росте отзывов лицензий в 2018 году.

Тем не менее, российская банковская сфера в 2018 году продемонстрировала умеренно-положительную динамику активов в целом: за период 11 месяцев «январь-ноябрь» активы банков выросли на 8 %. Для сравнения данный показатель в 2017 году составлял лишь 4,9% за тот же период. Но представленный рост обоснован в большей степени результатами валютной переоценки в процессе снижения стоимости рубля. Таким образом, реальными показателями в представленный период можно назвать рост активов на 4,7% в 2018 году, в аналогичный период 2017 года рост составлял 5,9%. В результате, фактический рост динамики активов в 2018 году ниже, чем результат прошлого периода за аналогичный период.

Оценка РИА Рейтинг показала, что декабрь 2018 года показал рост активов до 2% в номинальной стоимости. Фактический рост составил не более 1,7% активов в целом. Итоги года показали до 10% номинального прироста и 6% реального прироста. В части привлечения пассивов российский банковский сектор в 2018 году характеризовался умеренно-хорошими темпами прироста средств клиентов (средств корпоративных клиентов и вкладов населения).

Согласно статистике, банковский сектор с начала года (январь-ноябрь) получил 1279 миллиардов рублей прибыли. При этом объем заработанной банками прибыли за неполный 2018 год оказался наибольшим в новейшей истории российского банковского сектора.

Подводя итоги уходящего года, эксперты РИА Рейтинг отметили ключевые тенденции банковской системы.

1) Из статистики по отзыву лицензий можно сделать несколько важных выводов. Во-первых, «зачистка» банковского сектора продолжается очень быстрыми темпами, хотя можно было ожидать некоторого замедления динамики в этой части. Второй важный вывод, который можно сделать на основе анализа статистики по отзыву лицензий в 2018 году, заключается в том, что ситуация с санацией крупнейших банков стала значительно спокойнее, после очень громкой череды санаций в 2017 году.

2) Если в 2017 году быстрый рост розничного кредитования был неожиданным, то в 2018 году хороших цифр в этом сегменте многие ожидали, но фактическая динамика кредитования населения оказалась намного сильнее ожиданий, о чем много раз РИА Рейтинг писал в своих обзорах. Объем розничного кредитного портфеля вырос, по оценке РИА Рейтинг, почти на 3 триллиона рублей за 2018 год, что станет рекордным результатом в современной России. Значительную роль в этом сыграл настоящий бум в ипотеке.

3) Как и в прошлом году, наблюдается тенденция огосударствления российского банковского сектора. Сейчас в первой десятке крупнейших российских банков лишь 2 банка являются частными, а остальные являются государственными. Во второй десятке также много банков, которые прямо или косвенно аффилированы с государством.

4) Одной из важнейших новостей 2018 года стала пенсионная реформа, которая предполагает заметный рост пенсионного возраста. Эффекты от данного преобразования в сфере финансов можно будет увидеть лишь через несколько лет, но сейчас есть возможность умозрительно оценить его долгосрочное влияние.

5) Тенденция «обеления» российской экономики и банковского сектора нашла свое продолжение в 2018 году. Внедренные в третьем квартале 2017 года черные списки клиентов банков в 2018 году заработали в полную силу. Теперь бизнес вынужден очень тщательно изучать своих контрагентов (даже старых), так как в любой момент могут возникнуть неприятные вопросы от банка или налоговой фактически за чужие «грехи». Активизация противодействия отмывания доходов и финансирования терроризма (ПОД/ФТ и ФРОМУ) приносит и неожиданные плоды. Более строгие критерии проверки клиентов со стороны банков и новация с черными списками увеличили доходы банков.

6) Из-за геополитических и инфляционных рисков ставка рефинансирования в конце года была повышена два раза. При этом в начале 2018 года, эксперты РИА Рейтинг, указывали на завышенные ожидания рынка по возможному снижению ставки. Банки отреагировали на увеличение ставки рефинансирования повышением своих рыночных ставок, при этом финансовые рынки в ставках облигаций закладывают скорее дальнейшее повышение или как минимум отсутствие значимого понижения. Эксперты РИА Рейтинг полагают, что финансовые рынки опять могут ошибаться и ставка рефинансирования уже в 2019 году будет ниже относительно текущего уровня.

7) Риски российской экономики остаются на высоком уровне, причем источником этих рисков является как мировая экономика, так и внутреннее состояние российской экономики. Сохраняется значительная вероятность глобального кризиса, что безусловно, может отразиться и на России. В этом плане несколько обнадеживающе выглядит сфера государственных финансов.

8) Как и прогнозировалось, в 2018 году влияние санкций на банковский сектор оставалось негативным. В частности, в начале апреля США ввели новые санкции в отношении нескольких российских физических и юридических лиц, и российский финансовый рынок получил новый «черный понедельник», когда индексы потеряли почти 10%, а снижение ряда голубых фишек исчислялось десятками процентов.

9) В 2018 году было побито несколько рекордов по прибыли российского банковского сектора. Во-первых, скорее всего, будет побит рекорд годовой прибыли. В 2012 году сальдированная прибыль банковского сектора единственный раз в истории превысила триллион рублей, тогда она составила 1,01 триллиона рублей. В текущем же году прибыль должна быть примерно на уровне 1,4 триллиона рублей, то есть на 40% больше предыдущего рекорда.

В плановом периоде приоритетными направлениями надзорной политики Банка России в банковском секторе останутся:

-повышение устойчивости кредитных организаций, в том числе к макроэкономическим шокам;

- дальнейшее обеспечение транспарентности финансовой отчетности;

- ограничение рисков, принимаемых на бизнес аффилированных лиц;

-противодействие схемным операциям и сделкам банков, осуществляемым в целях манипулирования учетом/отчетностью и/или направленным на вывод активов;

- создание условий для справедливой конкуренции;

- развитие риск-ориентированных подходов в надзоре, в том числе в части консолидированного надзора;

- совершенствование риск-менеджмента;

- развитие дифференцированных надзорных подходов, прежде всего введение дополнительных надзорных требований к системно значимым банкам и банкам с повышенным уровнем рисков;

- обеспечение неотвратимости наказания по выявленным нарушениям.

Банк России предполагает развивать рыночные (конкурентные) принципы принятия решений и обеспечивать прозрачность процедур финансового оздоровления, более активно вовлекать частный капитал. Банк России в среднесрочном периоде также планирует рассмотреть перспективу использования средств клиентов и вкладчиков сверх установленного порогового значения для восстановления капитала кредитной организации.

Список литературы

1. Федеральный закон РФ «О Центральном Банке Российской Федерации» №86 ФЗ от 10.07.02 г. (ред. от 29.12.2014 г.) // Справочная правовая система «Консультант Плюс. Версия 4000.00.12» от 26.04.2015 г.

2. О банках и банковской деятельности. Федеральный закон РФ №395–1 ФЗ от 02.12.90 г. (ред. от 23.07.2013 с изменениями, вступившими в силу с 02.10.2013 г.) // Справочная правовая система «Консультант Плюс. Версия 4000.00.12» от 26.04.2015 г.

3. Информационный портал о банковском бизнесе - [Электронный ресурс] // URL:http// bankir.ru (дата обращения: 4.12.2018).

© Р.А. Габбасова, 2019

УДК 333.63

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА СТОИМОСТЬ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

КИЧИКОВА АНАСТАСИЯ ЕВГЕНЬЕВНА
магистрант
ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»

Аннотация: активное развитие рынка жилья определяет необходимость постоянного исследования факторов, влияющих на рыночную стоимость жилой недвижимости. В статье предлагается набор основных факторов ценообразования жилой недвижимости, определенный экспертным путем с учетом потребительских предпочтений г. Тюмень.
Ключевые слова: жилая недвижимость, жилье, факторы, оценка стоимости, стоимость жилья.

ANALYSIS OF THE FACTORS INFLUENCING THE VALUE OF RESIDENTIAL PROPERTY

Kichikova Anastasia E.

Abstract: the active development of the housing market determines the need for continuous research of factors affecting the market value of residential real estate. The article proposes a set of main factors of pricing of residential real estate, determined by expert way, taking into account consumer preferences of Tyumen.
Keywords: residential real estate, housing, factors, valuation, cost of housing.

Сегодня в условиях все чаще повторяющихся кризисных явлений важную роль в экономике страны занимает совершенствование инструментария оценки стоимости жилой недвижимости. Так, многими учеными и специалистами в области оценки недвижимости разработано и предложено достаточное количество методов и подходов к оценке стоимости жилья с учетом региональных особенностей.

При этом активное развитие в последние годы рынка жилья в России обусловливает необходимость постоянного аналитического исследования различных факторов, влияющих на рыночную стоимость жилой недвижимости и их обновление. Многие факторы имеют тенденцию снижения влияния на стоимость жилья либо обратную тенденцию. Также появляются новые факторы, имеющие значение и требующие учета при установлении цен на жилье.

В научной и специализированной литературе большинство отечественных и зарубежных авторов классифицировали факторы влияния на рыночную стоимость жилья по определенным параметрам. Так, Стерник Г.М. [1] выделяет 23 фактора, влияющие на стоимость жилой недвижимости (таблица 1).

Аббасов М.Э. в своей работе [2] выделяет перечень факторов с учетом среднесрочного и долгосрочного прогнозирования стоимости жилья:

- уровень жизни;
- уровень платежеспособности населения;
- себестоимость строительства жилья;
- кредитные условия и жилищные субсидии;
- региональные особенности ведения бизнеса;
- влияние административных ресурсов на строительный бизнес;
- влияние макроэкономических факторов.

Таблица 1

Факторы, влияющие на стоимость жилой недвижимости, по мнению Стерника Г.М.

Группа факторов	Фактор
Потребительские факторы	Потребность в жилье (потенциальный спрос)
	Доходы населения и их дифференцированность
	Объем платежеспособного спроса на жилье
	Склонность населения к приобретению жилья и ценовые ожидания
Макрофакторы	Макрофинансовый фактор (денежная база)
	Условия и объем жилищного кредитования покупателей, в том числе ипотечного, количество и доля ипотечных сделок
	Макроэкономические факторы (ВВП, промышленное производство, уровень занятости)
	Инфляция и дефляция
	Макрофинансовые факторы (изменение курсов валют)
	Цены на нефть и иные товары экспорта
	Объем вывоза капитала
Факторы регионального рынка	Репутация застройщиков и объектов
	Объем предложения жилья
	Удельный жилищный фонд
	Объем строительства и ввода жилья, темпы возведения объектов
	Финансирование строительства жилья собственными средствами, кредитами, средствами населения и иными привлеченными средствами
	Себестоимость и полная (инвестиционная) стоимость строительства
	Ресурсное обеспечение строительства
	Административные и экономические условия входа застройщика на рынок и работы на рынке
	Наличие земельных участков под строительство и условия доступа к ним
	Инвестиционная стратегия застройщиков
	Маркетинговая и ценовая стратегии продавцов и застройщиков
	Наличие альтернативных объектов инвестиций

Некоторые авторы относят к основным факторам влияния на стоимость жилья: инфляцию, уровень физического износа основных фондов строительной компании, цены на земельные участки, домовладение, показатели доступности жилья, а также курсы валют. [3,4,5]

Большинство факторов, влияющие на стоимость жилой недвижимости могут быть сгруппированы в зависимости от масштаба влияния (макрофакторы, локальное, региональное), по рыночным показателям, в зависимости от участника рынка и др.

Однако в рыночных условиях важно также оценивать степень влияния факторов на стоимость жилья в зависимости от потребительских предпочтений и уровня спроса. В этом случае рекомендуется проводить ранжирование факторов с учетом оценки влияния. Ранжирование факторов целесообразно проводить экспертами в рамках фокус-группы или устного опроса. Экспертами могут быть руководители и топ-менеджеры домостроительных компаний и агентства по продаже жилой недвижимости. Так, к основным факторам, влияющим на стоимость жилой недвижимости, с учетом региональных особенностей г. Тюмень привлеченные эксперты отнесли:

1. себестоимость строительства жилья;
2. уровень платежеспособности населения;
3. район строительства;
4. инфраструктура района;

5. репутация застройщика;
6. условия жилищного кредитования;
7. условия финансирования строительства жилья;
8. степень влияния макрофакторов.

В качестве экспертов выступили топ-менеджеры следующих компаний: 1 эксперт - ООО «Партнер-Строй» (г. Тюмень), 2 эксперт - ООО «Зеленый мыс» (г. Тюмень), 3 эксперт - ООО «Брусника» (г. Тюмень), 4 эксперт - ГК «Строй мир» (г. Тюмень), 5 эксперт - ООО «ЮИТ Тюмень» (г. Тюмень) и 6 эксперт - ООО «ИНКО и К» (г. Тюмень).

В таблице 2 представлены результаты ранжирования выбранных факторов.

Таблица 2

Ранжирование факторов, влияющим на стоимость жилой недвижимости, выбранных экспертным путем

Факторы	Эксперты						Общий ранг
	1	2	3	4	5	6	
Себестоимость строительства жилья	1	2	1	2	1	1	1
Уровень платежеспособности населения	2	1	3	1	2	2	2
Условия жилищного кредитования	4	4	2	3	8	5	3
Инфраструктура района	7	3	4	7	6	7	6
Репутация застройщика	3	8	7	4	5	6	5
Район строительства	5	6	6	6	3	3	4
Условия финансирования строительства жилья	8	7	8	5	4	4	7
Степень влияния макрофакторов	6	5	5	8	7	8	8

Таким образом, по результатам ранжирования к наиболее значимым факторам ценообразования на рынке жилья были отнесены: себестоимость строительства жилья (1 место), уровень платежеспособности населения (2 место) и условия жилищного кредитования (3 место).

Себестоимость строительства объектов жилой недвижимости является наиболее значимым фактором ценообразования [6]. Он учитывает материальные и финансовые возможности застройщика, архитектурные условия района застройки, уровне спроса и потребительские предпочтения в материале, из которого возведен объект недвижимости (кирпич, бетон и др.).

Не последнее место занимают факторы «район строительства», «инфраструктура района» и «репутация застройщика», которые учитываются потребителями рынка жилья. В этом случае целесообразно провести социальное исследование потребительского рынка жилья г. Тюмень о значимости данных факторов среди прочих.

Совокупность факторов, учитываемых на потребительским рынке при осуществлении различных сделок с недвижимостью (купля/продажа, залог, аренда, ипотека и др.) также необходимо проранжировать. В этом случае экспертами должны выступать потенциальные покупатели жилой недвижимости, готовые к совершению покупки.

Так, среди прочих параметров, учитываемых при совершении покупки жилья, к основным отнесены: район, местоположение внутри района, тип дома, материал стен, площадь жилья, количество комнат, наличие ремонта, этажность и этаж. Помимо этого многие покупатели задают более точные критерии выбора жилой недвижимости, а именно: расположение окон («на солнечную сторону», «на юг»), расположение комнат на плане, наличие детской площадки, развитая инфраструктура в районе и др.

Многие застройщики сегодня учитывают ужесточение потребительских предпочтений на рынке жилья и на этапе планирования освоения территории закладывают все необходимые объекты социальной инфраструктуры, что впоследствии отражается на конкурентоспособности объекта строительства и соответственно на стоимости жилья.

Таким образом, сегодня необходимо учитывать не только факторы макровлияния на экономику, политику страны, но и факторы регионального характера, учитывающие изменения в потребительских предпочтениях.

Список литературы

1. Стерник Г.М. Ценообразование на рынке жилья России / Г.М. Стерник // Вопросы имущественной политики - практический опыт. - 2010. - №5 (104). - С. 67-83.
2. Аббасов М.Э. К вопросу обоснования прогноза темпов роста цен на недвижимость в долгосрочной перспективе / М.Э. Аббасов, Н.П. Баринов, М.А. Зельдин // Вопросы имущественной политики - практический опыт. - 2010. - №6 (105). - С. 14-28.
3. Пузина Н.В. Особенности ценообразования на рынке жилья: на примере Омской области: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 / Н.В. Пузина; Омский гос. ун-т им. Ф.М. Достоевского. - М., 2011. - 24 с.
4. Родионова Н.В. Специфика ценообразования на рынке жилья и факторы, влияющие на цену недвижимости / Н.В. Родионова // Аудит и финансовый анализ. - 2009. - №2. - С.1-5
5. Арашукова С.М. Факторы стоимости недвижимости, приносящей доход /С.М. Арашукова // Предпринимательство. - 2013. - №6. - С.114-121.
6. Миннуллина А.Ю. Оценка эффективности управления закупками материальных ресурсов / А.Ю. Миннуллина // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. №8-2(21). - С.95-99

УДК 330

СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА НАСЕЛЕНИЯ В РОССИИ

КАРПОВА Н.В.,
канд. экон. наук,
РАЗЗОКОВА Г.А.
студент 3 курса БиСТ,
НИМИ Донской ГАУ
г. Новочеркасск, РФ

Аннотация: в данной статье рассмотрены содержание социальной защиты населения, ее формы и виды, принципы и особенности. А также рассмотрена структура системы социальной защиты и ее направления.
Ключевые слова: социальная защита населения, социальная политика, социальное обеспечение, социальное страхование, материальная помощь.

SOCIAL PROTECTION OF THE POPULATION IN RUSSIA

Karpova Nadezhda Viktorovna,
Razzokova Gulasalxon Aktam kizi

Abstract: This article discusses the content of social protection of the population, its forms and types, principles and features. The structure of the social protection system and its directions are also examined.
Keywords: social protection of the population, social politics, social security, social insurance, material assistance.

Социальная защита - это механизм социального регулирования, направленный на предотвращение или минимизацию социальных противоречий в правовом и экономическом положении отдельных слоев населения. Следовательно, функция социальной защиты заключается в поддержании обществом наиболее малообеспеченных категорий граждан в условиях усугубления экономических и политических отношений. Целью его создания в обществе является защита социально беспомощных групп населения. Успех реализации социальной защиты способствует устранению противоречий, улучшению относительного равновесия на правовом уровне всех групп общества. В свою очередь, неудача социальной защиты приводит к дальнейшему распределению социальной тревожности с отрицательными проявлениями, сила которых соразмерна многочисленности групп, вовлеченных в конфликтную обстановку.

Социальная защита представляет собой комплекс нормативно-экономических, правовых и социальных гарантий граждан, обеспечивающих соблюдение основных социальных прав и достижение достойного уровня жизни. Она содержит такие элементы как обеспечение государством различных субсидий для разных групп населения, т. е. низкий предел заработной платы и социальных выплат, прожиточный минимум и индексация доходов населения, а также оказание социальной помощи малообеспеченным и уязвимым группам населения.

Новая система социальной защиты формируется на следующих основных принципах:

1. Дифференцированный подход к разным слоям и группам населения в зависимости от их социального положения, возраста, трудоспособности и степени экономической независимости, адресности и целеустремленности.

Смысл этого принципа заключается в том, что для людей с ограниченными возможностями, детей, пожилых людей, одним словом, для нетрудоспособных групп населения, необходимо сосредоточиться на поддержании соответствующего уровня жизни для данной категории, обеспечении доступа к потреблению необходимых материальных и социально-культурных благ, создании надежных гарантий, размера индивидуальной прибыли, а также необходимо нацелиться на гуманизацию всех сфер жизни этих людей, чтобы кто-либо из них не ощущал себя лишним человеком общества.

2. Структура социальной защиты должна формироваться как целостность уставно-экономических, правовых и социальных гарантий, а не основываться на государственной благотворительности.

3. Данная система должна работать на всех уровнях: федеральном, республиканском, региональном, местном, и даже на уровне предприятия или организации.

Таким образом, структура социальной защиты населения существует в единстве и комплексности с системой социальных гарантий. Поскольку, социальные гарантии государства являются основой осуществления системы социальной защиты граждан. Все демонстрации социальной защиты представляют собой осуществление аспектов социальной политики. Социальная политика направлена на улучшение условий жизни людей, как в целом, так и его отдельных категорий.

Существуют в основном две модели социальной защиты:

1) существенное значение национальных социальных органов власти и социал-демократической направленности с высокой ролью государства в сосредоточении доходов;

2) неолиберальная - при меньшем вмешательстве государства в социально-экономические процессы.

Различают следующие системы социальной защиты в зависимости от выбранного подхода:

1) государственная - это система, основанная на принципе социальной заботы государства о социально беззащитных членах общества и социальной благотворительности (она предусматривает дифференцированный подход к определению уязвимых групп населения в зависимости от нуждаемости и льготное предоставление им социальной помощи);

2) частная, основанная на принципе ответственности каждого члена общества не только за свою судьбу, но и судьбу семьи, использующей заработанный доход от собственной трудовой и предпринимательской деятельности, доход от собственности, а также личного хозяйства (данная система состоит из частного социального страхования, ориентированного на распределение труда).

Социальные институты являются основными объектами социальной защиты перед лицом определенных общественных организаций, учреждений и систем (образование, здравоохранение, социальная защита, занятость, труд, культура, спортивно-оздоровительный комплекс).

Рассмотрим основные цели социальной защиты населения. В первую очередь, избавление от абсолютной нищеты, когда средний доход семьи на душу населения ниже, чем прожиточный минимум. Во-вторых, оказание материальной помощи населению в чрезвычайных ситуациях. В-третьих, к условиям рыночной экономики содействие адаптации малообеспеченных групп населения.

Социальная помощь является одним из элементов социальной защиты населения в кризисных условиях перехода к рыночным отношениям, обеспечение в денежной или натуральной форме, в виде услуг или льгот, предоставляемых социальными гарантиями, юридически установленных государством, комплексность социальных услуг, медико-социальная, социально-экономическая, социально-бытовая, социально-психологическая, социально-педагогическая и иная поддержка человека со стороны государственных и негосударственных органов в период его кризисной ситуации, в сложных жизненных обстановках.

Предоставление государственной социальной помощи осуществляется в двух формах:

1) денежные выплаты (социальные пособия, субсидии, компенсации и другие выплаты);

2) натуральная помощь (топливо, продукты питания, одежда, обувь, медикаменты и другие виды

натуральной помощи).

Социальное страхование является частью государственной системы социальной защиты населения, спецификой, которая заключается в обеспечении работающих граждан от вероятного изменения материального и социального положения, в том числе по не зависящим от них обстоятельствам.

Получателями государственной социальной помощи могут быть малообеспеченные семьи и одинокие граждане, имеющие доход ниже прожиточного минимума. Определение размера прожиточного минимума для семьи с низким доходом или малоимущего одинокого гражданина-резидента устанавливается субъектом Российской Федерации в порядке с учетом размеров прожиточного минимума, установленных для соответствующих социально-демографических групп населения.

Материальная помощь аналогична количеству социальных услуг. Материальная помощь оказывается гражданам, находящимся в трудном жизненном положении, в виде денежных средств, продуктов питания, средств санитарии и гигиены, средств по уходу за детьми, одежды, обуви и других предметов первой необходимости, топлива, а также специальных транспортных средств, технических средств реабилитации инвалидов и лиц, которые нуждаются в посторонней помощи.

Таким образом, в Российской Федерации основным направлением государственной политики является социальное. Его деятельность направлена на установление связей с общественностью, социальную защиту граждан, удовлетворение их потребностей и улучшение образа жизни. Социальная защита в России охватывает все проблемные слои населения, а также помогает устранить возникновение сложных жизненных ситуаций.

Список литературы

1. Аверин А.Н. Государственная система социальной защиты населения: Учебное пособие. М.: Изд-во РАГС, 2014. с. 3.
2. Григорьянц Г.Н., Замараева З.П. Социальная защита населения в России: становление и развитие. М.: «Союз», 2014. С. 96;
3. Шарин, В. Принципы современной системы социальной защиты / В. Шарин // Соц. обеспечение. - 2013. - № 2. - С. 3-4.

© Н.В. Карпова, Г.А. Раззокова, 2019

УДК 314.7

СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МИГРАЦИОННОГО СОСТОЯНИЯ И ПРИЧИН, ВОЗДЕЙСТВУЮЩИХ НА ДЕМОГРАФИЧЕСКУЮ ЭКСПАНСИЮ РОССИИ

УСТИМЕНКО ЕВГЕНИЯ РОСТИСЛАВОВНА

Студентка
ФГАОУ ВО «Крымский Федеральный Университет Имени В.И. Вернадского»

Аннотация: Данная статья посвящена актуальным факторам, влияющим на процессы демографической экспансии. Целью исследования является рассмотрение особенностей и проблем количественной оценки факторов формирования миграционных потоков в современной России.
Ключевые слова: миграция, население, социально-экономическое развитие, миграционный прирост, демографическая экспансия.

STATISTICAL STUDY OF THE MIGRATION STATE AND CAUSES AFFECTING THE DEMOGRAPHIC EXPANSION OF RUSSIA

Ustimenko Evgenia Rostislavona

Abstract: This article is devoted to the actual factors influencing the processes of demographic expansion. The aim of the study is to consider the features and problems of quantitative assessment of factors of formation of migration flows in modern Russia.
Key words: migration, population, socio-economic development, migration growth, demographic expansion.

Основные положения

Миграционное передвижение в нынешнем мире является разносторонним процессом, который зависит и в тоже время, воздействует практически на все стороны развития общества – хозяйство, политику, демографию и религию. Миграция существовала всегда, но на протяжении двух минувших столетий , как во всем мире, так и в Российской Федерации , миграционное течение перенесло небывалую числовую и качественную метаморфозу. Миграция видоизменилась из эпизодического перемещения населения из-за военных и религиозных столкновений, или в поисках другого места работы, в стабильный и всеобъемлющий социальный процесс. Для второй половины 20 века и начала 21 века характерен рост роли такого вида международной миграции населения, как внешней рабочей миграции. Под внешней рабочей миграцией, как правило, рассматривается перемещение работоспособного населения между странами с намерением трудоустройства или усовершенствование условий жизнедеятельности , предусматривающее смену постоянного места проживания или кратковременное присутствие на территории иностранного государства.

Обзор типологии причин, воздействующих на миграцию населения

Миграция населения является непростым предметом, на который оказывают воздействие различные факторы, требующие осознания в полном объеме. Существуют различные подходы по обнаружению и систематизации факторов миграции населения. Отдельные исследователи делят их на факторы аттрактивности и отпугивания, на экономические и неэкономические, на личные и независимые и так далее.[1]

Факторы аттрактивности – это факторы, заставляющие людей переселяться в те районы, где уровень жизни населения, вследствие соединения природных и экономических условий будет выше и лучше, чем в районе настоящего пребывания. Факторы отпугивания, в свою очередь, возникают в регионах постоянного пребывания под влиянием тех же условий природного или экономического характера, воздействие которых делает немыслимым последующее проживание в данном регионе, вне зависимости от того, существуют ли условия в регионе эмиграции для будущего приспособление или нет.

В последствие классификации разного рода взглядов на выделение и распределение факторов, воздействующих на процесс миграции населения, были отобраны следующие типы факторов:

- общественно-экономические;
- демографические;
- природно-климатические;
- национальные;
- политические;
- иные.

Общественно-экономические факторы занимают одно из главных мест в миграции населения нашего государства.

Тип демографических факторов связан с отличиями в возрастном составе населения, брачном состоянии людей, уровнях рождаемости и смертности и так далее.

Природно-климатические факторы миграции населения показывают воздействие окружающей среды.

Национальные факторы миграции выражаются путем этнических обычаев, традиций.

Исследование трансформаций размера демографической экспансии населения.

С позиций своего размещения на географической и миграционной картах мира наше государство выглядит специфично и вызывает ряд несовместимых утверждений (табл. 1).

Россия, владея практически 13 процентами площади территории всего мира, и обгоняя по этому индексу соответственно в 1,7 и 1,8 раза второе (Канада) и третье (Соединенные Штаты Америки) государства мира, попросту не сражает величиной своего коэффициента, связанного с действенностью территориальных движений населения.

Таблица 1

Площадь территории и миграционное увеличение населения по некоторым государствам земной поверхности

Государство мира	Площадь территории, тыс. км2	Миграционное увеличение населения в 2016 году, %
Россия	17125	3
Канада	9982	6
США	9640	4
Австралия	7750	9
Швеция	450	9
Ирландия	70	-3
Норвегия	324	6

Насыщенность миграционного прироста жителей нашего государства смотрится довольно посредственно и побуждает выдвигать альтернативные предположения . Обладая настолько большими запасами территории (при этом в условиях небольшой по интернациональным критериям физической густоты населения – порядка 8 человек на один квадратный метр) страна либо ведет жесткий сдерживающий миграционный курс, либо Российское государство отличается очень низкой привлекательностью для представителей иных стран, которые не рассматривают ее в качестве объекта потенциальных территориальных перемещений. Первое предположение не выдерживает никакой критики, так как изучение действующего законодательства позволяет говорить о том, что в России сложились вполне либеральные по международным стандартам условия к мигрантам, в частности если речь идет о странах Содружества Независимых Государств , со многими из которых были приняты особые соглашения, значительно облегчающие перемещение людей по территории. Второе предположение может и выглядит более вероятнее, но, в свою очередь, навряд ли имеет право на существование без всесторонней статистической характеристики параметров интернациональной миграции. К ним, прежде всего, принадлежат такие 2 укоренившихся показателя, как численность прибывших и убывших в РФ на государственном уровне.[2]

С 1990 по 2016 гг. включительно в Россию заехало приблизительно 13 млн. человек (в среднем каждый год 500 тыс. человек), а выехали чуть более 6,1 млн. человек (в среднем ежегодно 245 тыс. человек). При этом, вопреки определенной изменчивости динамика наблюдаемых объемов интернациональной миграции имела в меру проявленный утихающий вид. За 26 лет количество прибывших уменьшилась в 1,53 раза, а количество выбывших соответственно в 2,07 раза. Приобретенные значения показателей указывают на то, что сами абсолютные уровни объемов интернациональной миграции, которые связаны с прибытием и выбытием населения в России связанны между собой на 84,8%. Причем в 85% всех случаев произошедших перемен направление динамики рассматриваемых индикаторов территориальных миграций жителей опять же носит согласованный характер. Данное обстоятельство допускает говорить о том, что повышение или сокращение численности, прибывших в нашу страну, не раз совпадал по сравнительному размеру (т.е. в отношении других уровней) и направлению динамики с численностью выбывших за границу . В результате по вполне объективным основаниям площадь фигуры, заключенной между кривыми прибытия и убытия (миграционный прирост населения) имела не всегда хронологическую , но вместе с тем выраженное направление к сокращению. Для ее выделения очень демонстративным оказывается метод укрупнения временных промежутков, а именно переход от ежегодных характеристик к итогам, накопленным за пятилетия (табл. 2).

Таблица 2

Характеристики объема интернационального перемещения в России

Промежуток времени	Прибывшие			Средние характеристики, %
	Всего, тыс. чел	В среднем за год, тыс. чел.	Доля в общем прибытии за 1990–2016 гг., %	
1991–1995 гг	4646,1	929,2	37,2	6,9
1996–2000 гг	3004,9	601,0	24,1	–18,6
2001–2005 гг	985,7	197,1	7,9	–24,1
2006–2010 гг	1212,1	242,4	9,7	12,1
2011–2016 гг	2625,4	437,6	21,0	25,6
Промежуток времени	**Убывшие**			**Средние характеристики, %**
	Всего, тыс. чел	**В среднем за год, тыс. чел.**	**Доля в общем убытии за 1990– 2016 гг., %**	
1991–1995 гг	2906,7	581,3	48,1	–17,0
1996–2000 гг	1300,3	260,1	21,5	–11,3
2001–2005 гг	547,4	109,5	9,1	–14,0
2006–2010 гг	242,9	48,6	4,0	–17,4
2011–2016 гг	1041,2	173,5	17,2	60,1

По численности убывших отмечается совершенно точно выраженная ориентация к снижению всех показателей интернационального убытия граждан России вплоть до 2011 года. По прибытию ситуация выглядит по-другому, но не значительно. Подобное сокращение объема прибытия с 1991 по 2005 гг. было в некоторой степени нарушено, начиная с 2006 г. Тем не менее, рассматривая начальный ряд динамики здесь нужно заметить то обстоятельство, что после определенного повышения международного прибытия в Россию в 2006–2008 гг. снова начался спад, который обеспечил за 2008–2011 гг. заметное снижение численности прибывших (на 95,3 тыс. чел. или 33,2%).

Средняя ежегодная скорость увеличения или снижения, вычисленные по увеличенным промежуткам, позволяет говорить, что после отчетливо выраженной тенденции к сужения абсолютных объемов (изменения с увеличения на снижение) интернационального прибытия в РФ, начиная с 2006 года было принято положительное увеличение. В этом контексте объем убытия за пределы страны постоянно снижался, а с 1996 г. в основном происходило постоянное усиление (по сути дела нарастание) данной тенденции, которое было остановлено только с 2011 года.

В итоге, исследование , позволяет говорить, что, используя информацию официальной статистики (не взирая на незаконные перемещения по территории), масштабы и густоту интернациональной миграции не только не отличается по собственному размеру (в отношении иных стран мира или параметров российского естественного перемещения жителей), но и за 1991–2016 года, вопреки некоторым колебаниям, носят более или менее выявленное направление к ослаблению. Такой вывод явно приходит в противоречие с зрительной оценкой миграционной обстановки с позиции российского общества которое во все возрастающей степени чувствует присутствие эмигрантов из других государств . Подобное обстоятельство сразу показывает «слабое звено» существующей регистрации объемов миграционного движения населения, который не позволяет точно ответить на вопрос о численности реальных мигрантов в сегодняшней России. На уровне федеральных округов внешняя миграция, дополнительно включающая и межрегиональные переселение, проходит более активно, что не может не приводить к реальным преобразованиям состава и размещения населения, а также общественно-экономической ситуации по целому ряду направлений, которые проявляются, в том числе и в структурных сдвигах внутри самих миграционных потоков.

Список литературы

1. Воробьева О.Д. Миграционные процессы населения: вопросы теории и государственной миграционной политики / О.Д. Воробьева // Аналитический вестник Совета Федерации РФ, 2003 г., № 9 (202).
2. Рыбаковский Л.Л. 20 лет депопуляции в России. – М.: Экон-информ, 2014.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ

УДК 32

КОНКУРС НА ЗАМЕЩЕНИЕ ВАКАНТНОЙ ДОЛЖНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ СЛУЖБЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

КАШИН АРТЕМ ВАСИЛЬЕВИЧ,
кан.экон.наук, доцент
БЕЛКИН АНДРЕЙ АНДРЕЕВИЧ
Студент
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления (НИНХ)»

Аннотация: в рамках указанной статьи, автором проведено исследование современной системы государственной службы в Российской Федерации, в части конкурса на замещение вакантных должностей государственной, гражданской службы РФ. В современной России, эта подсистема характеризуется значительным количеством пробелов в работе. Необходимо искать пути решения правовых проблем данной системы. В рамках статьи рассмотрены некоторые варианты решения выявленных проблем.
Ключевые слова: конкурс, гражданская служба, правовые проблемы, законодательство РФ, гражданский служащий, работоспособность.

COMPETITION FOR THE VACANT POSITION OF THE STATE CIVIL SERVICE OF THE RUSSIAN FEDERATION

Kashin Artem Vasilievich,
Belkin Andrey Andreevich

Abstract: in the framework of this article, the author conducted a study of the modern system of public service in the Russian Federation, in terms of the competition for filling vacant posts of the state and civil service of the Russian Federation. In modern Russia, this subsystem is characterized by a significant number of gaps in the work. It is necessary to look for ways to solve the legal problems of this system. The article discusses some solutions to the identified problems.
Key words: competition, civil service, legal issues, RF legislation, civil servant, performance.

В современных реалиях, обусловленных уровнем социально-экономического развития, эффективность государственного управления возможна, только лишь, в случае должного уровня квалификации кадров, на которых возложена реализация задач и функций органов местного самоуправления. Для эффективной работы системы государственного управления необходимо достичь максимально возможной отдачи и работоспособности от людей.

Вопрос правильной комплектации отделов и возможность выбора наилучших претендентов на должности является острой проблемой, которая влияет в целом и на эффективность всей структуры

государственного управления. Согласно части 4 статьи 32 Конституции РФ, граждане Российской Федерации имеют равный доступ к государственной службе, указанное положение, в достаточной степени соотносится с содержанием ст. 25 Международного пакта о гражданских и политических правах. Если рассматривать содержание вышеуказанного акта, то автор готов отметить, что согласно содержанию данного документа - каждый гражданин, должен «допускаться в своей стране на общих условиях равенства к государственной службе». При рассмотрении претендента на замещение государственной должности, в качестве как некой системы определенных критериев, то можно представить, как два взаимозависимых направления: профессиональные и личностные качества.

Конкурсный порядок, на замещение определенной должности, с одной стороны, помогает расширить вероятность набора большего числа кандидатов на указанную должность, выбрать достаточно способных и наиболее подготовленных, а с другой – минимизирует субъективность в оценке конкретного лица. В настоящее время, в нынешней системе конкурсного отбора, имеется ряд противоречий и пробелов правового регулирования. Указанные противоречия и пробелы, скорее препятствуют отбору наиболее квалифицированных служащих на службу в государственные гражданские органы и ставят под сомнение, полновесность реализации прав гражданина на равноценный доступ к государственной гражданской службе. Общие положения законодательного порядка проведения конкурса, для поступления на государственную гражданскую службу, устанавливаются ст. 22 Федерального закона «О государственной гражданской службе РФ» [1]. Наиболее подробно процедура и требование проведения конкурса установлены Положением о конкурсе на замещение незамещенной должности государственной гражданской службы в РФ [1] .

Есть достаточная необходимость для акцентирования внимания на следующий аспект конкурсной процедуры. В нынешнее время, зачастую, обсуждается необходимость создания, достаточно эффективных, управляющих коллективов, в которых, в буквальном смысле, достаточно жестко, друг между другом распределены все обязанности, так называемых - «управленческих команд». В самой же, конкурсной процедуре имеется возможность отбора не только профессиональных сотрудников, но и лиц, наиболее соответствующих корпоративным свойствам. Но стоит обратить внимание, что подобный, отбор, может сопровождаться, особенным проявлением субъективизма.

При этом, под «конкурсом» подразумевается, анализ высококлассного уровня кандидатов, их соответствия определенным квалификационным запросам к должности гражданской сферы [1]. Данная процедура считается неотъемлемой в рамках отбора кандидатов на замещение определенных групп должностей государственной службы. По мнению правоведов и законодателя, конкурс должен обеспечивать поступление на вакантные должности государственной службы наиболее компетентных и профессиональных граждан России [2]. Согласно п. 20 Положения о конкурсе, он проводится при наличии не менее двух кандидатов на вакантную должность государственной гражданской службы.

При этом не предусмотрен порядок действий конкурсной комиссии, в случае если один из кандидатов, допущенных к участию во втором этапе конкурса, не явился. Таким образом, в правоприменительной практике может сложиться такая ситуация, при которой конкурс на замещение некоторых должностей, не может быть проведен, по причине отсутствия необходимого числа кандидатов в течение длительного времени [3].

И здесь автор говорит о том, что, в свою очередь, при наличии в одном государственном органе большого количества, подобного рода, не использованных, должностей, может привести к снижению эффективности его деятельности. Необходимо отметить то, что, невзирая на демократическую направленность основ построения общегосударственной работы, фактическое осуществление встречает препятствия, сопряженные с недостатком гласности в политических практиках властных структур, а кроме того, обусловлены результатами национального, государственного кризиса [4].

Так например к вышесказанному можно отнести: достаточно завышенный уровень бюрократии, рост коррупции в большинстве органов государственной власти, мошенничества, недостаточность соответствующего определенному уровню профессионализма управленческого и технологического процесса, укомплектованности всех участков трудовой деятельности квалифицированными, активно действующими, добросовестными работниками, небольшой уровень экономического обеспечения государ-

ственных гражданских служащих - соответственная направленность может быть ликвидирована при уменьшении численности государственных служащих с одновременным ростом их денежного содержания [5].

Указ Президента РФ формирует основные направления развития государственной гражданской службы РФ на 2016 – 2018 г.г.: усовершенствование управления профессиональным составом государственной гражданской службы в Российской Федерации и повышение свойства его развития; усовершенствование концепции высококлассного развития государственных гражданских служащих РФ, увеличение их профессионализма и компетентности; увеличение престижа штатской работы; усовершенствование антикоррупционных элементов в системе гражданской работы [2].

Наравне с этим, следует развитие детализированной системы квалификационных запросов, в отношении кандидатов на замещение должностей гражданской службы и гражданским служащим, направленной на результативное осуществление функций муниципальных организаций, предусматривающее разрешение определенных вопросов. Немаловажно повысить свойство отбора граждан, рассчитывающих на замещение должностей штатской службы, мотивацию гражданских служащих. Таким образом, на сегодняшний день содержатся определенные трудности, препятствующие формированию государственной службы, но, предпринимаются и будут предприниматься мероприятия в области совершенствования этой концепции. И немаловажно учитывать вышеуказанные предложенные меры по модернизированию, исследуемой концепции управления, так как в современных обстоятельствах растущего кризиса, проблемы могут быть более весомыми, что способно повлечь за собой ещё более значительное увеличение коррупции.

Список литературы

1. Федеральный закон от 27 июля 2004 г. N 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации»//Garant.ru. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://base.garant.ru/12136354/ (дата обращения: 24.12.2018).

2. Указ Президента РФ от 1 февраля 2005 г. № 112 «О конкурсе на замещение вакантной должности государственной гражданской службы Российской Федерации»//Garant.ru. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://base.garant.ru/187829/ (дата обращения: 24.12.2018).

3. Конституция РФ от 12 дек. 1993 г. с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30 дек. 2008 г. № 6-ФКЗ, от 30 дек. 2008 г. № 7-ФКЗ, от 05 фев. 2014 г. № 2-ФКЗ, от 21 июль 2014 г. № 11-ФКЗ // Собрание законодательства РФ. – 2014. – № 31. – Ст. 4398.

4. Кашин А.В. Согласование интересов предпринимателя и государства: организационный аспект / А.В. Кашин // Научные записки НГУЭУ. - Новосибирск, 2005. С. 93-95.

5. Кашин А.В. Системное взаимодействие муниципального и хозяйственного образования / автореф… дис. канд. экон. наук: 08.00.05. – Новосибирск, 2008. – с.23

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИИ

УДК 39

НАЦИОНАЛЬНО-СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ВТОРИЧНЫЕ НОМИНАЦИИ ТОПОНИМОВ ЭТНОСОЦИУМА США

ЖАРАСОВА АЛИЯ АДИЛБЕККЫЗЫ

студентка 3 курса

Башкирский государственный педагогический университет имени Мифтахетдина Акмуллы,

Аннотация: Статья посвящена отражению символики во вторичных наименованиях английский топонимов. В работе выявляются национально-специфические черты топонимических номинаций английского этносоциума с символическим компонентом.

Ключевые слова: штат, топоним, вторичная номинация, особенности символики, национально-специфические характеристика топонимов.

Как известно, в языке каждого народа находит отражение образ жизни, менталитет, видение мира, национальный характер, система ценностей, типы социального поведения, традиции, привычки, обычаи, верования носителей языка [1].

В данной статье рассматриваются образные топонимы и этнонимы в лингвокультуре США, употребляемые во вторичной номинации, имеющие отношение к символике и государственному устройству США. Среди неофициальных образных топонимических номинаций США, отражающих отношение граждан, нами были выделены следующие наименования:

Melting Pot – «плавильный котел», т.е. модель этнического развития, пропагандируемая в американской культуре в XX веке, т.к. в этой стране перемешались и «переплавились» многие национальности. Возникновение данного вторичного именования связано с историей города Нью-Йорка. Этот город, который имеет определенное значение для каждого американца, изначально, благодаря своему географическому положению, принял первых европейских поселенцев, перемешавшихся с иммигрантами, которые были выходцами из всех мировых культур и при этом каждом из них называл Нью-Йорк своим родным домом. Именно так называемый «сплав» культурных компонентов в единую американскую нацию и лег в основание метафорического переноса, в результате которого возникло вторичное именование топонима Нью-Йорк [5].

God's country – «божья страна», ср. надпись на долларовых банкнотах США: «In god we trust» («Мы верим в господа»).

Примером вторичного именования топонимов является и фразеологизм «***God's own country***», который переводится как «земной рай» и употребляется относительно к США в целом, а также может встречаться в контексте относительно штата США или какого-то места в США. В данном случае речь идет о материализации «земного рая». Дело в том, что для многих людей, которые в свое время мигрировали или собирались иммигрировать в США, только эта страна давала возможность реализовать свои мечты, раскрыть свой потенциал и в целом улучшить условия жизни. Именно поэтому многие считали США с их возможностями раем на земле и земным раем.

Все пятьдесят штатов США имеют свою утвержденную законодательно эмблему, на которой может быть геральдическое растение, животное и т.д. Для целого ряда штатов именно проведение аналогии с эмблемой (а точнее с изображением на ней определенной символики) легло в основу их вторич-

ного наименование: Луизиана – ***Magnolia State*** «Магнолиевый штат»; Канзас – ***Sunflower State*** «Подсолнечный штат»; Кентукки – ***Bluegrass State*** «Пырейный штат»; Невада – ***Sagebrush State*** «Полынный штат»; Гавайи – ***Wahoo*** «Бересклетовый штат»; Коннектикут – ***Nutmeg State*** «Мускатный штат»; Огайо – ***Buckeye State –*** «Каштановый штат»; Южная Каролина – ***Palmetto State*** «Пальмовый штат».

В некоторых названиях штатов отражены национальность, религиозность и т.д. состав местности, например, штат Вашингтон получил название ***Chinook State***, что переводится как «штат индейцев-чинуков», так как в отличие от востока США здесь сохранились коренные жители в большом количестве. Филадельфия в свое время называлась ***Quaker State/Quaker City***, что в переводе означает «Квакерский штат» или «Город квакеров». Это обусловлено тем, что первыми жителями штата стали квакеры, члены протестантской общины. Аналогично был назван город Бостон – ***Puritan City***, что в переводе означает «город пуритан» (Поселение Бостон было основано пуританами колонии Массачусетского залива, возглавляемыми Джоном Уинтропом) [6].

В некоторых вторичных наименованиях нашли отражение особенности менталитета населения. Так, например, город Филадельфия был назван ***City of Brotherly love,*** что в переводе означает «город братской любви». Дело в том, что одним из основных качеств жителей города является терпимость по отношению друг другу и ко всем людям в целом. Довольно странное вторичное именование получил Мичиган, который был назван ***Wolverine State*** «штат россомах». Мичиганцы была названы росомахами за их жадность и злобу, с которой они отвоевывали земли у коренных индейцев и боролись с огайцами в Толедскую войну [2, с. 623]. Штат Миссури называют «недоверчивым штатом», «штатом скептиков» (***Show-me State***). Коннектикут был назван ***Blue Law State*** «пуританский штат». Дело в том, что сами жители штата отличаются соблюдением пуританских законов (***Blue Law***), следуя строгим нравам. Арканзас получил название ***The Bear State*** «Медвежий штат». Вторичное наименование основано на ассоциации с грубостью, нетактичностью, приписываемой его жителям, особенно это касается жителей глухих районов Озаркских гор. Неофициальное прозвище штата Айова и его жителей (Hawkeyes) ***The Hawkeye State*** «штат Соколиного глаза». Это название было дано по имени индейского вождя Hawkeye – «Соколиный глаз».

В отдельных вторичных именованиях топонимов англоязычной культуры представлена характеристика жизни в разнообразных сферах [3, с. 132]. Так, например, Калифорния была названа ***Golden State*** «Золотой штат». В данном случае вторичное именование топонима Калифорния связано со временами Золотой лихорадки. Нью-Йорк был назван ***Excelsior State***, «лучший из лучших», «всегда ввысь», так как девизом штата является лат. слово «Excelsior». Вторичным именованием штата Пенсильвании служит выражение ***Keystone State*** «Ключевой штат». Пенсильвания в свое время выступила в качестве краеугольного камня в процессе образования американских штатов. Речь идет о таком историческом периоде (1790-1800 гг.), когда Филадельфия (столица штата Пенсильвания) стала одним из главных центров войны за независимость в Северной Америке и временной столицей США [6.].

События, происходившие в разные исторические периоды, нашли отражения во многих топонимах США. Например, Виргиния, которая известна в своем вторичном именовании как ***the Old Dominion*** «Старый доминион», была самоуправляющейся колонией, входящей в состав Британской империи. Штат Огайо получил название ***Yankee State*** «Штат янки». Вторичная номинация штата связана с событиями гражданской войны Севера и Юга 1861-1865 гг. События гражданской войны также нашли отражения во вторичном именовании штата Кентукки, который был назван ***the Dark and Bloody Ground*** «Черная, кровавая земля», «Земля раздоров». Штат Аризона был назван ***The Valentine State*** «Валентинов штат». Согласно исторической справки данное прозвище связано с тем, что 14-е февраля 1912 года штат Аризона вошел в состав США. Штат Теннесси был назван ***Volunteer State*** «Штат добровольцев». Это название связано с большим числом добровольцев из этого штата, участвовавших в американо-мексиканской войне [5]. **Uncle Sam** – «дядя Сэм». Под этим прозвищным именованием скрывается американец Samuel Wilson, который поставлял армии во время войны 1812-1814 гг. говядину в бочках и ставил на них клеймо в виде букв «**US» (United States)**. Солдаты же думали, что эта аббревиатура обозначает инициалы поставщика. Позже это имя стало ассоциироваться с правительством США.

Отдельные топонимические номинации связаны с президентами США. Штат Виргиния является

Mother of Presidents «Матерью Президентов» или, как ее еще называют, ***Mother of Statesmen*** «Мать политических деятелей», так как здесь родились восемь президентов США: Дж. Вашингтон, Т. Джефферсон, Дж. Мэдисон, Дж. Монро, У. Гаррисон, Дж. Тайлер, З. Тэйлор и В. Вильсон. ***Mother of modern presidents*** «Матерью Современных Президентов» считается штат Огайо, где родились семь президентов Соединенных Штатов: У. Грант, Р. Хейз, Дж. Гарфилд, Б. Гаррисон, У Мак-Кинли, У Тафт и У Гардинг. ***Mother of Southwestern Statesmen*** «Родиной президентов, выходцев с Юго-запада», называют штат Теннесси, где родились Э. Джексон, Дж.Н. Полк и Эндрю Джонсон [6]. Жители штата Иллинойс, где начинал свою политическую деятельность Авраам Линкольн, с гордостью называют свой штат ***Land of Lincoln*** «Страной Линкольна».

Таким образом, в результате проведенного анализа было установлено, что наиболее продуктивной мотивировкой исторических прозвищ американских штатов является важнейший период в истории США. В топонимических прозвищах американских штатов фиксируются события и факты, отражающие различные периоды в истории становления и развития США

Список литературы

1. Беленькая В.Д. Топонимы в составе лексической системы языка. Изд.-во М ГУ, 1969.
2. Томахин, Г. Д. Америка через американизмы: словарь топонимов США [Электронный ресурс]. М., 1982. URL: http://usa_top-onyms.academic.ru.
3. Телия, В. Н. Вторичная номинация и ее виды // Языковая номинация (виды наименования). М., 1977. С. 129-221.
4. Longman Dictionary of Contemporary English 3-d edition. - Essex, England, 1995. - 1689 p
5. Словарь топонимов США. Америка через американизмы / Томахин Г. Д. - М.: «Высшая школа», 1982. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://usa_toponyms.academic.ru/ (дата обращения: 15.02.2014).
6. State Symbols, 50 State Capitals, Flags, Maps, Geography, Facts, Songs... Netstate. Learn About the 50 States. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.netstate.com/index.html (дата обращения: 15.02.2014).

© Жарасова А.А., 2018

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ

Сборник статей
Международной научно-практической конференции
г. Пенза, 5 января 2019 г.
Под общей редакцией
кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева
Подписано в печать 8.01.2019.
Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 17,7

МЦНС «Наука и Просвещение»
440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10
www.naukaip.ru

Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в Международных научно-практических конференциях

Дата	Название конференции	Услуга	Шифр
5 февраля	XVII Международная научно-практическая конференция **АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВА, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ**	90 руб. за 1 стр.	МК-486
7 февраля	XIX International scientific conference **EUROPEAN RESEARCH**	90 руб. за 1 стр.	МК-487
10 февраля	X Международная научно-практическая конференция **ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ, ЗАКОНОМЕРНОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ**	90 руб. за 1 стр.	МК-488
10 февраля	VII Международная научно-практическая конференция **ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В XXI ВЕКЕ: СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**	90 руб. за 1 стр.	МК-489
10 февраля	IV Международная научно-практическая конференция **ОБРАЗОВАНИЕ И ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ В XXI ВЕКЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-490
10 февраля	V Международная научно-практическая конференция **ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ, ПРАВОВОЕ ГОСУДАРСТВО И СОВРЕМЕННОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО**	90 руб. за 1 стр.	МК-491
12 февраля	XVI International scientific conference **INTERNATIONAL INNOVATION RESEARCH**	90 руб. за 1 стр.	МК-492
15 февраля	XX Международная научно-практическая конференция **ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-493
17 февраля	VI Международная научно-практическая конференция **НАУЧНЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ И ОТКРЫТИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-494
20 февраля	V Международная научно-практическая конференция **СОВРЕМЕННАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-495
20 февраля	Международная научно-практическая конференция **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ**	90 руб. за 1 стр.	МК-496
23 февраля	XVI Международная научно-практическая конференция **ИННОВАЦИОННЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА**	90 руб. за 1 стр.	МК-497
25 февраля	XXV Международная научно-практическая конференция **СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-498
25 февраля	XXV Международная научно-практическая конференция **СОВРЕМЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-499
25 февраля	XVII Международная научно-практическая конференция **СОВРЕМЕННАЯ ЮРИСПРУДЕНЦИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-500
27 февраля	XXV Международная научно-практическая конференция **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-501
28 февраля	XXVIX International scientific conference **WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS**	90 руб. за 1 стр.	МК-502

www.naukaip.ru